

doc
CA1
EA409
92P25
FRE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Pénétration du marché américain de l'environnement : Perspectives et stratégies pour les ingénieurs-conseils canadiens

Le cap sur la côte Est des États-Unis

Résumé



ASSOCIATION DES INGÉNIEURS-CONSEILS DU CANADA

ASSOCIATION OF CONSULTING ENGINEERS OF CANADA



**External Affairs and
International Trade Canada**

**Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada**



Canada

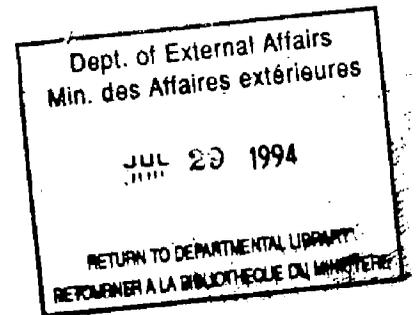
FEBRUARY 1992

Pénétration du marché américain de l'environnement :

Perspectives et stratégies pour les ingénieurs-conseils canadiens

Le cap sur la côte Est des États-Unis

Résumé



ASSOCIATION DES INGÉNIEURS-CONSEILS DU CANADA
ASSOCIATION OF CONSULTING ENGINEERS OF CANADA



External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

 ERNST & YOUNG

43-768-030

**AFFAIRES EXTÉRIEURES ET COMMERCE EXTÉRIEUR CANADA
DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE
ET DU TOURISME AVEC LES ETATS-UNIS
125 PROMENADE SUSSEX, OTTAWA (ONTARIO) CANADA K1A 0G2
Tèl: (613) 998-9441
Fax: (613) 990-9119**

**EXTERNAL AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA
U.S.A. TRADE & TOURISM DEVELOPMENT DIVISION
125 SUSSEX DRIVE, OTTAWA, ONTARIO, CANADA K1A 0G2
Tel: (613) 998-9441
Fax: (613) 990-9119**

**ASSOCIATION DES INGÉNIEURS-CONSEILS DU CANADA
130, RUE ALBERT, PIÉCE 616,
OTTAWA (ONTARIO) CANADA K1P 5G4
TèL: (613) 236-0569
FAX: (613) 236-6193**

**ASSOCIATION OF CONSULTING ENGINEERS OF CANADA
130 ALBERT STREET, SUITE 616,
OTTAWA, ONTARIO, CANADA K1P 5G4
Tel: (613) 236-0569
Fax: (613) 236-6193**

Pénétration du marché américain de l'environnement : Perspectives et stratégies pour les ingénieurs-conseils canadiens

Le cap sur la côte Est des États-Unis

Résumé

Les industries de services professionnels jouent un rôle extrêmement important dans l'économie canadienne et les ingénieurs-conseils canadiens se révèlent extrêmement compétitifs, tant sur le marché intérieur que sur le marché international. Par ailleurs, le marché des services environnementaux est d'une envergure appréciable et connaît une croissance rapide au Canada et aux États-Unis. En outre, bien qu'elle souffre d'un manque de promotion, l'image internationale du Canada dans les secteurs de l'environnement et du génie n'en est pas moins une image positive.

Notre examen de la question nous porte à croire que les firmes d'ingénierie du Canada tirent profit de l'activité du marché américain à un certain nombre d'égards, à savoir :

- diversification des marchés qui atténue leur dépendance à l'égard d'un seul marché;

-
- contact avec de nouvelles technologies, de nouveaux concepts de financement et des tendances en pleine évolution;
 - connaissance de première main des stratégies des futurs concurrents potentiels;
 - meilleur accès à un foisonnement d'idées et à un plus large éventail de compétences;
 - augmentation du niveau de recettes et de profits;
 - prolongation de la durée des concepts de services des firmes;
 - optimisation des ressources - personnel, installations et frais généraux.

Historique de l'étude

Pour favoriser le dynamisme du secteur et pour d'autres raisons, le gouvernement fédéral et le milieu industriel canadien ont intensifié leurs efforts afin d'accentuer la présence des professionnels canadiens sur le marché américain du génie de l'environnement.

La présente étude est le fruit de cet effort particulier. Elle a été parrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et menée par Ernst & Young Management Consultants¹ avec l'aide de l'Association des ingénieurs-conseils du Canada et d'Industrie, Sciences et Technologie Canada.

Le corps du rapport d'étude comprend quatre chapitres et six annexes. Les chapitres présentent l'historique de l'étude, la taille du marché et ses tendances, les critères de pénétration du marché et les méthodes pour découvrir les débouchés particuliers. Dans les annexes, nous décrivons l'aide offerte par le gouvernement, les foires, les documents,

¹ Pour un complément d'information, s'adresser à Tony Going ou à Paul Stothart au bureau d'Ottawa de Ernst & Young au numéro (613) 232-1511.

les universités, les firmes d'ingénierie américaines et d'autres sources d'information qui devraient intéresser les ingénieurs et les environmentalistes canadiens désireux de pénétrer le marché américain.

Si l'étude est centrée sur le marché de l'est des États-Unis, la plus grande partie de l'information et des observations sont applicables à tout le marché américain. De même, l'étude s'intéresse particulièrement aux débouchés qu'offre le secteur privé, mais elle fournit également certains éléments d'information sur les marchés du secteur public. Les observations et l'information contenues dans le rapport sont fondées sur un examen des documents existants de même que sur plus de 100 entrevues menées auprès de fabricants, de services publics, d'ingénieurs, de gouvernements et d'autres organisations du Canada et des États-Unis.

Le potentiel du marché américain

Bien que le marché canadien représente un volume d'activité non négligeable pour les firmes canadiennes d'ingénieurs-conseils en environnement, il est de taille assez modeste par rapport au marché de notre voisin du sud qui atteint d'étonnantes proportions quant à la taille, à la diversité et au taux de croissance. En 1991, les dépenses consacrées à l'environnement aux États-Unis se sont chiffrées à 130 milliards de dollars, soit environ 33 milliards de dollars de dépenses liées à la pollution atmosphérique, 52 milliards de dollars de dépenses pour l'eau et l'épuration des eaux usées, et 45 milliards de dollars pour la gestion des déchets solides et dangereux. Environ 60 p. 100 de ces sommes proviennent du secteur privé alors que 40 p. 100 s'inscrivent au nombre des dépenses des pouvoirs publics - gouvernement fédéral, États et administrations municipales.

Le marché connaît une croissance accélérée, que la plupart des indices nous permettent de situer à environ 20 p. 100 annuellement. D'ici l'an 2000, les Américains consacreront quelque 3 p. 100 de leur PIB à l'environnement, contre 1,8 p. 100 à peu près actuellement.

Les études et les projections actuelles témoignent de la croissance rapide de divers secteurs de l'industrie qui, pour un grand nombre, sont associés à d'importants services d'ingénierie de procédé. Les statistiques ci-dessous donnent une idée de l'ampleur des débouchés éventuels :

- Les marchés du recyclage atteindront une croissance de 13 p. 100 aux États-Unis d'ici 1994. Quarante-trois pour cent du plastique mis au rebut en l'an 2002 sera recyclé par rapport à 1 p. 100 à la fin des années 1980.
- Le gouvernement américain s'attend à ce que 60 milliards de dollars soient dépensés d'ici l'an 2000 pour respecter les normes introduites par les modifications de 1987 de la Clean Water Act.
- Les révisions apportées à la Clean Air Act en novembre 1990 devraient engendrer de 25 à 35 milliards de dépenses annuelles à mesure que les organisations s'efforceront de respecter les exigences.
- Le budget annuel de l'approvisionnement en eau aux États-Unis s'élève à quelque 150 milliards de dollars. Certaines sources estiment que des investissements de 139 milliards de dollars seront nécessaires d'ici l'an 2000 pour les infrastructures d'approvisionnement en eau et que les infrastructures d'épuration de l'eau usée nécessiteront un apport de 508 milliards de dollars.

Bien qu'il existe un certain nombre d'études accessibles et un éventail de statistiques et de projections de croissance concernant le marché, nous avons mentionné dans le rapport que ces études n'avaient qu'une utilité limitée. Notre vision globale du marché est qu'il est énorme, que son taux de croissance annuel est d'environ 10 à 20 p. 100, et que cette croissance est vraisemblablement appelée à demeurer vigoureuse dans l'avenir.

Le principal élément pour les firmes d'ingénierie canadiennes est de s'aménager leurs propres créneaux dans le marché américain en utilisant le réseau le plus vaste possible de contacts, d'information et d'alliances.

Tendances et caractéristiques du marché américain

Le marché américain du génie de l'environnement présente de nombreuses caractéristiques générales. Nous résumons ci-dessous celles qui nous semblent les plus importantes.

- Comme au Canada, la législation joue un rôle moteur. Les entreprises s'efforcent de respecter, sans excès de zèle, les normes environnementales qu'on leur impose. Les investissements au chapitre de la protection de l'environnement, surtout lorsque les avantages financiers immédiats sont modestes, ont tendance à être faits à contrecœur. Par conséquent, dans la présentation de leurs offres ou soumissions, les firmes d'ingénieurs-conseils en environnement seraient bien avisées de parler en termes de période de rentabilisation de l'investissement.
- Le marché est instable si bien qu'il est assez difficile de prédire la taille des marchés et les cibles. Les législateurs et les organismes d'exécution se

fixent généralement d'ambitieux objectifs qui ont tendance à s'estomper à mesure que la date cible approche.

- Les gouvernements des États sont les premiers organismes d'exécution. Or, on nous a laissé entendre que la volonté politique de ces gouvernements faiblissait dans les périodes de difficulté économique et que, même en période de croissance, l'application des règlements était entravée par le grand nombre d'organismes de réglementation et par les ressources limitées des organismes d'exécution.
- Comme au Canada, c'est au niveau de l'administration des États que sont délivrées les licences des ingénieurs. De façon générale, pour réaliser des projets aux États-Unis, les ingénieurs canadiens doivent passer un examen d'agrément en deux étapes ou conclure des arrangements avec des entreprises locales pour obtenir le «tampon» d'acceptation de tous leurs travaux exécutés dans un État.
- Dans le secteur de l'environnement, l'activité contentieuse est beaucoup plus intense aux États-Unis qu'au Canada. Entre autres facteurs, cette situation découle de la plus grande publicité qui entoure la question des responsabilités aux États-Unis, de même que d'un certain nombre de politiques publiques qui mettent l'accent sur la participation du secteur privé à la solution des problèmes. Même s'ils ne sont qu'une estimation non confirmée, les chiffres qu'on nous a communiqués, et qui situent à 55 p. 100 de la totalité du fonds spécial pour l'environnement ou Superfonds les dépenses en frais juridiques depuis sa création en 1980, sont

peut-être la meilleure illustration que l'on puisse donner de cette participation des cabinets d'avocats.

- En ce qui concerne le point susmentionné, on assiste à un effort croissant en vue de clarifier les responsabilités et de mettre fin aux appréhensions des assureurs. Dans les récents changements législatifs, par exemple, le gouvernement a imposé un plafond aux dommages-intérêts qu'il sera possible de réclamer dans les litiges et, en fait, les litiges sont de plus en plus réglés par la voie de la médiation et autres moyens amiables. Offerte à des prix plus raisonnables, l'assurance sera de nouveau accessible.
- Les universités jouent également un rôle très actif aux États-Unis. Un nombre non négligeable de marchés relèvent de la compétence de l'Environmental Protection Agency (EPA) et du département de la Défense, et sont attribués par l'intermédiaire des universités. La collaboration des universités avec le monde des affaires est courante.
- Bien que certains prétendent que la demande du marché de l'environnement aux États-Unis dépasse l'offre, la concurrence n'en est pas moins intense dans de nombreux secteurs de l'industrie. Des centaines de firmes compétentes se disputent les marchés.
- Aux États-Unis, la collaboration entre le gouvernement et l'industrie est extrêmement courante dans le domaine de l'environnement. Cette interaction se manifeste principalement dans deux secteurs. D'abord, les législateurs américains et les technocrates tiennent compte au plus haut point des suggestions, des technologies et des initiatives de l'industrie. En

second lieu, on constate une tendance à la privatisation de l'aménagement des infrastructures étant donné que les administrations municipales et les comtés s'efforcent de trouver les fonds nécessaires pour l'épuration de l'eau usée, le traitement de l'eau et d'autres projets.

- On constate également une tendance à l'amélioration des procédés, c'est-à-dire à la prévention des pollutions plutôt qu'à la dépollution comme méthode de résolution des problèmes environnementaux. Cette tendance confère une place encore plus importante aux équipements de protection de l'environnement.
- De nombreux entrepreneurs qui travaillaient pour la défense se reconvertissent dans le domaine de l'environnement. Si l'on en croit diverses sources, il est peu vraisemblable que les dividendes de la paix soient en fait transférés du département de la Défense aux ministères ou services chargés de l'environnement. Il est plus probable que le département de la Défense participera activement à des projets de dépollution.

Domaines d'expertise des ingénieurs canadiens

L'aménagement des infrastructures canadiennes, les ressources du pays et la diversité géographique ont obligé le Canada à développer une expertise extrêmement diversifiée dans diverses branches du génie. On dénombre un total d'environ 4 000 firmes d'ingénierie au Canada, dont seize à peu près emploient plus de 500 personnes. Les recettes totales annuelles d'exportation des firmes d'ingénierie canadiennes sont

d'environ 450 millions de dollars. Un certain nombre de sociétés canadiennes se classent déjà parmi les sociétés d'ingénierie étrangères les plus importantes aux États-Unis.

Quatre-vingts autres sociétés d'ingénierie canadiennes emploient de 100 à 500 personnes et c'est surtout ce groupe (et des sociétés plus petites) qui peut tirer le mieux parti du présent rapport.

Le Canada a son expertise à offrir au marché de la côte Est des États-Unis dans un certain nombre de branches de l'environnement où les ingénieurs-conseils ont un rôle à jouer, à savoir :

Les déchets dangereux

- Stratégies de gestion des déchets dangereux, y compris les technologies visant la réparation de citernes enterrées non étanches, la destruction des BPC et le traitement des déchets à faible radioactivité
- Assainissement des résidus miniers et remise en état des anciennes mines de charbon
- Services de gestion des déchets médicaux
- Nouvelles approches à la réhabilitation de sites
- Destruction de déchets chimiques complexes biorésistants à haute résistance

Les déchets solides

- Gestion des boues, y compris la récupération d'énergie de déchets organiques à haute résistance et la production d'huile à partir des boues
- Gestion des décharges (gestion du lixiviat), y compris le contrôle et la gestion des gaz migrants et émis

L'eau et l'eau usée

- Technologies de remise en état des nappes aquifères
- Photo-oxydation de composés complexes dans les nappes aquifères polluées
- Expertise dans le domaine du traitement des eaux d'égout et des effluents, y compris l'enlèvement des substances nutritives biologiques et chimiques des effluents, la modélisation dynamique de stations d'épuration des eaux d'égout et la lutte contre les écoulements d'eaux d'égout et les débordements des réseaux unitaires, ainsi que l'application de systèmes experts à la localisation des pannes dans les stations d'épuration
- Technologie de désinfection de l'eau et de l'eau usée par utilisation des ultraviolets

La pollution atmosphérique

- Dispositifs et services de surveillance de la pollution atmosphérique, notamment la gestion des pluies acides et des émissions d'anhydride sulfureux ainsi que l'analyse et l'amélioration des bâtiments «malades»

Récupération et recyclage

- Services axés sur la récupération, le recyclage et la réutilisation de divers produits (solvants, huiles, métaux, etc.) et technologies de récupération et de recyclage comprenant des systèmes à membrane
- Processus d'approbation dans tous les domaines de l'environnement, y compris les études d'impact sur l'environnement et l'évaluation des risques

Obstacles à la pénétration du marché et stratégies

L'exportation de services d'ingénierie aux États-Unis, comme c'est le cas dans la plupart des industries de services, requiert généralement une présence physique de la part des intéressés par l'intermédiaire d'un bureau local ou d'une coentreprise quelconque. Cette obligation s'explique par différents facteurs, et notamment par la nécessité d'assurer un service sur place pour mener à bien les travaux, la nécessité d'avoir des contacts et des relations sur place pour gagner des marchés, la nécessité de disposer d'assurances adéquates et de se familiariser avec les règlements locaux et le fait que pour l'obtention de certains contrats (en particulier dans le cadre de marchés publics), les soumissionnaires peuvent tout simplement être obligés de garantir un contenu local pour que leurs offres soient prises en considération.

Les firmes d'ingénierie canadiennes ont déjà pénétré le marché américain grâce à cette stratégie. Gore & Storrie, par exemple, a récemment signé un accord avec une firme américaine pour réaliser des travaux dans le domaine des eaux aux États-Unis. Les deux sociétés sont copropriétaires d'une nouvelle société qui bénéficie de la compétence en génie de l'environnement de Gore & Storrie et des 24 bureaux de l'associé américain répartis dans tout le pays. Une seconde firme, Acres International, possède plusieurs bureaux américains qui concluent des marchés dans le domaine de la gestion des déchets et autres services environnementaux. Pour obtenir les certificats d'homologation nécessaires dans le domaine de la conception d'ouvrages de génie, Acres utilise son personnel américain agréé dans les différents États pour apposer le sceau nécessaire. De façon à être admis à participer aux projets du Superfonds, Acres s'est affiliée à des laboratoires agréés par l'Environmental Protection Agency. Enfin, citons comme dernier exemple W.F. Baird and Associates, petite société d'ingénierie du milieu marin et côtier, qui a réalisé un certain nombre de projets environnementaux, en prenant position avec un partenaire local au départ et, par la suite, en ouvrant un bureau sur place.

Aux États-Unis, le processus d'accréditation des ingénieurs diplômés relève de la législation de chacun des États et comprend généralement une approche en deux temps. D'abord, la réussite d'un examen préliminaire peu après l'obtention du diplôme, qui porte sur toute une gamme de disciplines d'ingénierie. Environ trois ans plus tard, les intéressés doivent passer un examen portant sur les aspects pratiques du métier. Le second ne présente généralement pas de difficulté pour les Canadiens alors que l'examen préliminaire peut être difficile pour les ingénieurs canadiens qui sont diplômés depuis plusieurs années. Il existe des centres au Canada où il est possible de passer l'examen préliminaire. Les sociétés canadiennes qui pénètrent le marché américain demandent de plus en plus aux nouveaux diplômés qu'elles ont recrutés de passer ces examens.

Dans les années antérieures, les sociétés canadiennes de services professionnels se sont souvent heurtées aux lenteurs des formalités douanières pour pénétrer aux États-Unis. Entre autres avantages destinés à l'industrie des services, l'Accord de libre-échange vise à réduire les formalités douanières et les retards qu'elles entraînent pour les professionnels qui se rendent aux États-Unis dans le cadre de leurs activités.

Recommandations

La recherche et les entrevues que nous avons menées au cours de l'étude nous ont donné une idée du type de stratégies que pourraient mettre en oeuvre les firmes canadiennes d'ingénieurs-conseils en environnement pour pénétrer avec succès le marché américain. Nombre de ces stratégies ne sont pas sans rappeler celles proposées dans la récente étude d'Ernst & Young sur le marché américain de la construction².

² *Penetrating the United States Construction Market*, janvier 1990.

Il nous faut toutefois préciser qu'il n'y a pas de formule passe-partout convenant à toutes les sociétés. La stratégie qu'une société choisit d'adopter en dernier recours doit s'appuyer sur un certain nombre d'éléments, dont l'expérience et la connaissance que possède la société concernant le marché américain, les ressources (tant financières qu'humaines) dont elle dispose pour orchestrer son expansion sur le marché américain et les objectifs qu'elle désire atteindre en vendant ses services sur ce même marché.

Dans le corps du rapport, nous avons suggéré un certain nombre de documents dont la lecture pourrait aider les sociétés canadiennes à se faire une idée de l'envergure du marché, à découvrir les compagnies qui pourraient les intéresser, à cerner les tendances et à explorer d'autres questions. Ce travail permettra aux sociétés canadiennes d'élaborer des projets par elles-mêmes ou d'apporter un atout supplémentaire à l'association qu'elles peuvent avoir conclue avec un partenaire local.

Les documents qui suivent peuvent être particulièrement utiles pour ces sociétés, les pouvoirs publics et les associations qui sont sérieusement intéressés par le marché des équipements antipollution aux États-Unis. Le corps du rapport indique où l'on peut se procurer ces documents.

- Manufacturing USA - 169 \$US
- ACEC Annual Directory - 140 \$US
- Environmental Engineer Selection Guide - gratuit
- The Cost of a Clean Environment - 50 \$US
- Resource Guide to State Environmental Management - 40 \$US
- Encyclopedia of Associations - 305 \$US

Une fois que la recherche pertinente sur le marché a été menée, il y a un certain nombre d'activités que toutes les sociétés devraient envisager pour formuler une stratégie

de pénétration du marché américain. Certaines de nos recommandations sont de simples conseils pratiques qui ne relèvent que du sens des affaires mais qui, d'après nos constatations, sont parfois négligées par les sociétés lorsqu'elles abordent un marché étranger. D'autres suggestions se rapportent à la nature particulière des industries de services, notamment l'industrie des ingénieurs-conseils en environnement.

Les recommandations ci-dessous doivent, par conséquent, être prises en compte au moment où les firmes canadiennes d'ingénieurs-conseils en environnement établissent leur stratégie de pénétration du marché. La plupart s'adressent directement aux sociétés d'études canadiennes mais certaines sont destinées aux pouvoirs publics et à d'autres organisations.

1) Acquérir une entreprise ou s'assurer les services de certaines personnes sur place pourrait bien être la meilleure méthode, et la plus profitable, pour pénétrer le marché. Les contacts locaux, la réputation et les connaissances sont des éléments extrêmement importants pour obtenir des marchés de technologie environnementale dans toutes les régions des États-Unis. Faire équipe avec des partenaires locaux est utile à de nombreux égards, notamment parce que la formule réduit les risques, augmente les chances de gagner des marchés, diminue les frais de marketing et de soumission, et accroît les chances de mener l'entreprise à terme.

2) En établissant leurs succursales américaines, les sociétés canadiennes doivent leur accorder le maximum d'autonomie de façon à faciliter l'enracinement sur le sol américain. Notre examen de la question nous incite à penser que les avantages que peuvent en retirer les Canadiens proviennent des honoraires de gestion, du partage des profits, du partage des employés et des progrès techniques plutôt que de l'exercice d'un contrôle de gestion étroit depuis le Canada.

3) C'est sur l'expérience acquise au Canada que les cabinets d'experts-conseils peuvent tabler pour pénétrer avec succès le marché américain. Les firmes canadiennes doivent rechercher des débouchés dans leurs propres domaines de compétence plutôt que de se lancer à l'aveuglette dans des domaines inconnus. Essentiellement, les sociétés canadiennes doivent transporter leur propre expertise et leurs contacts dans les créneaux qu'elles ont découverts aux États-Unis. Sortir de leurs compétences fondamentales pourrait les amener sur un terrain non familier et dangereux. À cet égard, l'un de nos interlocuteurs nous a déclaré qu'un client désorienté n'achète pas. La leçon qui en découle est que les sociétés ne doivent pas introduire le doute dans l'esprit de leurs clients potentiels en s'aventurant dans un domaine qu'elles ne connaissent pas parfaitement.

4) Il est important que les sociétés canadiennes établissent un plan avant d'investir des ressources dans leur effort de marketing aux États-Unis. Le plan doit articuler les objectifs, les stratégies, les ressources financières ainsi que les équipes de gestion et les équipes techniques qui seront affectés à l'effort de pénétration du marché américain. L'importance de cette étape indispensable ne doit pas être sous-estimée par les sociétés d'ingénierie canadiennes, comme le prouvent les études réalisées par l'Association des exportateurs canadiens, qui indiquent que les sociétés qui se sont dotées d'un plan de marketing ont connu une plus grande réussite à long terme dans leurs efforts de marketing à l'étranger. Les sociétés qui ne prennent pas la peine d'établir un plan de ce genre ont tendance à renoncer.

5) Les ingénieurs canadiens doivent être conscients du fait que les sociétés américaines attendent probablement une aide équivalente sur le marché canadien en contrepartie de toute réussite mutuelle sur le marché américain. Les sociétés d'ingénierie canadiennes doivent également se montrer assez vigilantes dans leurs accords avec leurs partenaires

américains de façon à s'assurer que les bénéfices du marché américain seront optimisés et qu'elles recevront une juste proportion de ces bénéfices sans assumer une part disproportionnée des risques potentiels.

6) Les sociétés canadiennes doivent entretenir d'étroites relations avec les sociétés canadiennes industrielles et foncières qui augmentent leurs investissements américains et elles doivent leur emboîter le pas. Grâce à cette stratégie, les sociétés canadiennes d'ingénieurs-conseils en environnement peuvent bénéficier d'investissements canadiens directs aux États-Unis tout comme les ingénieurs américains et d'autres firmes de services ont bénéficié au cours des années d'importants investissements américains directs au Canada.

7) Les sociétés doivent se rendre dans les régions qui les intéressent de façon à se faire une idée par elles-mêmes du climat qui caractérise la région où elles désirent s'implanter. Leur visite aux sociétés, aux administrations publiques, aux associations et aux représentants du consulat du Canada locaux ainsi qu'à d'autres organisations leur fournira quantité d'informations.

8) Réussir à contenir les frais généraux est jugé essentiel dans les industries de services américaines. Certaines sources nous portent à croire que la concurrence est plus serrée sur le marché américain, même si des profits nettement plus élevés peuvent découler des marchés gagnés par les sociétés qualifiées.

9) L'implantation dans une région et le choix d'un créneau sont indispensables pour réussir à pénétrer le marché américain de l'environnement. Certains nous ont déclaré qu'il fallait «se fatiguer les méninges» aux premières étapes de pénétration du marché américain, ce qui veut dire qu'il faut consacrer une quantité non négligeable de travail à

trouver les contacts et les débouchés et à y donner suite. De même, comme la tendance sur le marché américain est à l'accroissement des services et à l'amélioration de la qualité, tout indique que le «suivi auprès du client» joue un rôle important à l'achèvement d'un projet, à la fois pour déterminer le niveau de satisfaction du client et pour rester à l'affût de futures possibilités. Les sociétés canadiennes pourraient également envisager la mise en place de numéros sans frais comme autre moyen d'assurer un service et un accès rapides à leur clientèle.

10) Avec le temps, la plupart des sociétés d'ingénierie canadiennes arrivent à développer un réseau étonnamment étendu de contacts américains. Il peut s'agir de contacts directs, ou de contacts indirects par l'intermédiaire de clients et d'autres circuits. À notre avis, chaque contact représente une étape qui rapproche d'un contrat potentiel. Les gouvernements, les associations, les municipalités, les consultants en gestion, les multinationales, les concurrents, les entreprises de construction, les architectes, les clients antérieurs et les promoteurs sont parmi les contacts susceptibles d'avoir des relations ou des clients américains qui pourraient tirer parti de l'expertise des ingénieurs-conseils canadiens en environnement. Chaque société canadienne doit exploiter et étendre son propre réseau.

11) On accorde une importance croissante, dans certains milieux, au lien qui existe entre l'application des lois, les investissements dans le domaine de la protection de l'environnement et l'accroissement de la concurrence économique. Bien qu'un tel lien puisse être réel à long terme, nos conversations avec les industriels américains nous indiquent que les dollars investis pour la protection de l'environnement sont encore dépensés avec beaucoup de réticence. Les prises de profit à court terme et les pressions des actionnaires sont largement répandues aux États-Unis. C'est pourquoi les ingénieurs canadiens doivent être en mesure d'aborder leurs clients américains et de présenter les



investissements dans le domaine de l'environnement en insistant sur la période de rentabilisation, les retombées économiques, les avantages à long terme et autres perspectives équivalentes. Les firmes d'ingénierie canadiennes qui pourront étayer leur offre d'une analyse coûts-avantages convaincante connaîtront un succès durable. Des sources nous ont cité l'exemple d'abaissements des surtaxes imposées pour les égouts, de l'amélioration de la récupération des matières premières, d'un procédé augmentant le recyclage de l'eau, de la réduction des pertes de chaleur, etc.

12) Les missions commerciales et les salons professionnels jouent un rôle important dans la pénétration des marchés d'exportation. À cet égard, il est capital que les sociétés canadiennes se préparent soigneusement en vue de telles activités, de façon à pouvoir communiquer toute information pertinente sur la compagnie et ses produits. Des rendez-vous en vue de rencontres de partenaires potentiels (à l'occasion des foires commerciales) sont également essentiels à la réussite de même qu'un contact direct et constant avec les autres parties intéressées.

13) Dans le rapport, nous avons souligné l'importance pour l'industrie canadienne de s'appuyer sur son réseau de relations et de soutien. Il nous apparaît que l'Association des ingénieurs-conseils du Canada, Industrie, Science et Technologie Canada et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada jouent un rôle extrêmement précieux à l'appui des efforts de pénétration du marché. C'est dans ce cadre, parmi d'autres activités, que ces organismes font la promotion et la distribution du présent rapport, se procurent les documents importants que nous avons cités, organisent des missions et des foires commerciales auxquelles ils participent et facilitent les relations des sociétés avec leurs homologues américaines. Elles pourraient aider à la négociation d'accords d'accréditation mutuelle comme celui qui existe entre le Nouveau-Brunswick et l'État du Maine.



DOCS
CA1 EA409 92P25 FRE
Penetration du marche americain de
l'environnement : perspectives et
strategies pour les
ingenieurs-conseils canadiens : le
43268090