

Rayonner à l'étranger

COMMENT ACCÉDER AU MARCHÉ DE L'EXPORTATION ?
ET COMMENT Y RÉUSSIR ?

Par Mario Cyr

Dans un contexte de mondialisation des échanges et d'abolition des barrières tarifaires, la concurrence ne cesse de s'élargir et de s'accroître, devenant toujours plus vive. Afin d'assurer leur survie et leur croissance, de nombreuses petites et moyennes entreprises (PME) du Québec décident de s'engager dans le commerce extérieur. Souvent, elles n'ont guère le choix. « C'est vrai particulièrement pour les manufacturiers, les distributeurs, les entreprises d'ingénierie et les fournisseurs de services autres que ceux de proximité ou d'utilité courante, souligne Diane Dubé, vice-présidente, de la région du Québec, à Exportation et développement Canada (EDC). En fait, toute entreprise qui propose des biens et des services dont la demande n'est plus seulement locale, mais universelle, peut avoir intérêt à entrer sur la grande scène internationale. »

Au sein de la clientèle actuelle d'EDC, on retrouve une grande proportion de sociétés québécoises appartenant au secteur de l'industrie dite légère (pharmacie, textile, équipement, technologie), par opposition à l'industrie lourde (métallurgie, automobile, aviation).

DÉCELER LES OCCASIONS

Évidemment, on ne s'improvise pas exportateur. La mondialisation des ventes, comme tout autre jalon stratégique, exige une solide préparation et un plan d'action concret. À cet effet, les ministères et les agences gouvernementales à vocation économique mettent à la disposition des

sociétés d'ici d'imposantes banques de données, souvent alimentées par les délégués commerciaux du Canada dans les grandes capitales de la planète. On suggère également aux entrepreneurs de fréquenter les foires, les Salons et les grands événements, et de participer à des missions internationales, dans le but d'établir des contacts et de repérer d'éventuels débouchés hors frontières.

SONDER LE TERRAIN

La deuxième étape consiste à examiner de plus près ces marchés extérieurs. « Il serait inapproprié pour l'entreprise, et trop coûteux aussi, d'ouvrir immédiatement un bureau dans le pays où elle espère écouler une partie de sa production, poursuit Diane Dubé. Mais elle obtiendra des renseignements pertinents en faisant appel à un représentant indépendant sur place, à une chambre de commerce ou une association industrielle locale. » Quelles sont les traditions et les pratiques commerciales? Quelle réglementation s'applique? Quels besoins des consommateurs veut-on satisfaire? Voilà autant de questions auxquelles il importe de répondre.

Dans certains cas, cet exercice est facile. « Les deux tiers de nos exportations sont destinées aux États-Unis, dont le système s'apparente beaucoup au nôtre, précise Diane Dubé. Mais pensons à la Chine, qui exploite un modèle économique bien différent, ou à certains pays d'Afrique, où règne encore la corruption. Y faire affaire peut soulever des difficultés réelles. »

Des produits d'assurance spécialisés viennent justement couvrir de tels risques, qu'il s'agisse de défaillances de crédit et d'aléas politiques.

« Toute entreprise dont la demande n'est plus seulement locale, mais universelle, peut avoir intérêt à entrer sur la grande scène internationale. »

MOTEUR DE L'ÉCONOMIE

D'après les études du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, près de 9 000 entreprises québécoises ont compris l'importance de se faire valoir à l'étranger et elles y parviennent avec succès. Leurs ventes ont totalisé 71 G\$ en 2005. Ces dernières années, les fils de cuivre, l'électricité, les huiles de pétrole, les ouvrages de menuiserie, les meubles, l'aluminium brut, les moteurs d'avion, les camions et la viande de porc ont gagné en popularité, tandis que nos exportations de papier journal et d'automobiles ont chuté.

Outre les États-Unis, la liste des principaux clients des entreprises du Québec englobe la Chine, le Japon, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Des sociétés québécoises entretiennent également des relations fructueuses avec l'Espagne, l'Australie, le Mexique, le Brésil et le Pakistan. ◀