

Comprendre la réalité du marché et évaluer le risque global d'implantation : les critères généraux d'approche du pays

<i>Critères d'analyse</i>	<i>Types de renseignements à recueillir</i>
Géographie	Situation générale, distances, superficie, relief, sol, climat, agriculture, densité de population, groupes ethniques.
Histoire	Origines et étapes de la création du pays, rivalités ethniques, événements marquants des 50 dernières années.
Démographie	Taille de la population, pyramide des âges, répartition sur le territoire entre les villes et les campagnes, infrastructures, répartition des richesses suivant les groupes de la population, accès à l'éducation, niveau technique acquis.
Politique	Régime politique, évolution, niveau de risque Coface.
Economie	PNB global, revenu des ménages, répartition du revenu, production agricole, production industrielle, production de services, orientations données par l'Etat. Evolution depuis 5 ans.
Situation sociale	Forces sociales en présence, importance, objectifs, climat social.

Mesurer l'accessibilité du marché : les critères techniques d'approche du pays

<i>Critères d'analyse</i>	<i>Types de renseignements à recueillir</i>
Balance commerciale	Déficit / excédent et impact sur l'importation ou l'implantation sur place.
Situation monétaire	Niveau d'inflation et évolution.
Accord commerciaux entre la France et le pays	Impact sur la fiscalité (rapatriement des capitaux), les droits d'établissement des sociétés, la formation de techniciens, l'octroi de subventions...
Barrières protectionnistes	Droits de douane, contingentements, mesures techniques, mesures sanitaires...
Normes	Niveau de normalisation attendu des produits des produits importés.
Protection de la propriété industrielle	Risque en matière de copie, modalités et coût du dépôt.
Langue des affaires	Moyens de communication à favoriser, contraintes.
Fiscalité	Taxes particulières appliquées au produit.
Circuit de distribution	Existence de monopoles, d'intermédiaires indépendants, longueur du circuit, poids des intervenants.
Habitudes commerciales	Manière d'aborder son interlocuteur, de négocier, de définir et de conclure un contrat...

Evaluer le potentiel du marché : les critères d'approche commerciale du pays

<i>Critères d'analyse</i>	<i>Types de renseignements à recueillir</i>
Importations vol./val.	Rythme d'évolution des importations par produit.
Demande	Caractéristiques de la demande, évolution (prod.nationale+import.-export). (magasins, catalogues, salons,...).
Concurrence	Structure et évolution de la concurrence, concurrence directe ou de substitution (professionnels, intermédiaires, salons, agences publicité,...).
Niveau des prix de vente	Relevé des prix des concurrents en fonction du produit, du conditionnement, du point de vente.
Faisabilité du projet	Rentabilité du projet (Approche "prix mini/Prix maxi" à intégrer), Potentiel du marché, Test du produit.
Circuit de distribution	Structure de la filière, rôle des professionnels, importance, marges pratiquées, conditions de vente, mode de paiement,... Circuits de distribution physique (mode de transport, incoterm,...).

|