

## Sécurisez vos ventes aux États-Unis par l'identification de nouveaux fournisseurs

Par Guillaume Cariou, Directeur général, Mercadex International

Bien qu'il soit crucial d'examiner de nouvelles avenues (Europe, Amérique Latine, Asie, etc.) sur les marchés étrangers, de nombreuses entreprises québécoises et canadiennes voient le marché des États-Unis, et notamment celui de la Nouvelle-Angleterre, comme étant incontournable. De par sa taille et sa proximité, cette orientation se justifie très souvent.

Parallèlement, dans le contexte actuel de l'ALENA, on observe déjà plusieurs transformations au niveau des règles du jeu pour accéder à ce marché et un nombre de plus en plus grand de joueurs québécois et canadiens se trouve devant le défi suivant : afin de poursuivre leur développement aux États-Unis, ces entreprises doivent augmenter le contenu américain de leur offre.

Si cette demande de contenu américain n'est pas nouvelle pour certains secteurs (notamment dans le domaine des infrastructures et en particulier au niveau des grands projets autoroutiers), l'augmentation des contrôles et la volonté d'un nombre de plus en plus important d'États (comme l'État de New York) de favoriser des fournisseurs locaux se font sentir depuis quelques semaines et mois.

Très souvent habituées à identifier et à qualifier des partenaires pour la commercialisation sur ce territoire (distributeurs, importateurs, agents manufacturiers, etc.), elles se voient donc obligées de revoir la structure de leur chaîne d'approvisionnement en intégrant des fournisseurs américains.

Dans tous les cas, afin de signer tout contrat d'approvisionnement, plusieurs éléments (entre autres) doivent être clarifiés:

- Références québécoises et canadiennes;
  - Est-ce que le fournisseur potentiel que vous avez en face de vous a déjà travaillé à des acheteurs québécois et canadiens? Est-il en mesure de fournir des références autres que des références provenant de son marché local?
- Traçabilité de ses matières premières et produits;
  - Est-ce que le fournisseur potentiel est en mesure de fournir l'ensemble de la documentation prouvant l'origine de ses matières

premières et de ses produits? S'il n'a pas déjà vendu à des clients canadiens (ou étrangers), il pourrait ne pas être à même de le faire.

- Organisation et services associés;
  - Est-il en mesure de participer à la réalisation de prototypes? Est-il en mesure d'offrir des soumissions électroniques? Se trouve-t-il à proximité d'axes routiers importants (avant que vos produits puissent être livrés rapidement)? Quels sont les délais de livraison? Etc.

Toutes ces questions doivent être posées au préalable... tout comme le fait de demander plusieurs soumissions afin de faire jouer la concurrence auprès de ces fournisseurs potentiels.

En définitive, au même titre qu'auprès de partenaires potentiels en matière de commercialisation, une enquête devra être menée afin de structurer vos sources d'approvisionnement américaines.