

1. INTRODUCTION

1.1 Objectif de l'étude et méthodologie

La présente étude, en deux étapes, décrit l'expérience vécue par neuf entreprises de télécommunications canadiennes sur le marché européen. Cette première étape a pour but d'évaluer différentes méthodes de commercialisation et de faire certaines recommandations visant à aider les fournisseurs canadiens à profiter des possibilités qu'offre la Communauté européenne.

Nous avons d'abord établi une liste de 15 sociétés canadiennes ayant des activités en Europe. Pour obtenir un bon échantillon, nous avons sélectionné des établissements de toutes catégories, y compris quelques petites entreprises et plusieurs moyennes entreprises, qui ont réussi ou échoué sur le marché européen et qui se spécialisent dans des gammes différentes de produits. Nous avons omis de la liste la plus importante société canadienne dans ce secteur, Northern Telecom, car sa situation est particulière et son exemple ne peut être vraiment utile aux nouveaux exportateurs canadiens en Europe, qui sont pour la plupart des entreprises plus petites.

Parmi les 15 sociétés choisies, neuf ont accepté de participer au projet, soit :

Consultronics Limited
Concord (Ontario)

Technologie Eicon
Lachine (Québec)

Gennum Corporation
Burlington (Ontario)

Gandalf Technologies Inc.
Nepean (Ontario)

Newbridge Networks Corporation
Kanata (Ontario)

Positron Industries Inc.
Montréal (Québec)

Nexus Engineering Corp.
Burnaby (C.-B.)

Microtronix Datacom Ltd.
London (Ontario)

Glenayre Electronics Ltd.
Vancouver (C.-B.)

Les porte-parole des six premières sociétés ont été interrogés au cours d'une rencontre alors que ceux des trois dernières l'ont été par téléphone. Dans la plupart des cas, il s'agissait soit du président, soit du responsable de la commercialisation internationale. En plus de nous donner une bonne idée de l'ensemble des activités de l'entreprise, chacune de ces personnes nous a communiqué des renseignements et des conseils très utiles.

Pour chacune des neuf sociétés, nous avons rédigé un profil d'entreprise qui a été revu avec la personne interrogée; nous avons aussi fait un compte rendu général de leurs expériences respectives, en soulignant les données les plus importantes et les points de vue les plus intéressants.

1.2 Tendances du marché européen des télécommunications

En lisant les profils des différentes entreprises, il est important de se rappeler qu'ils font état des expériences vécues sur des marchés de services de télécommunications fort variés, dont un grand nombre sont très réglementés et dont certains dépendent de monopoles appartenant à l'État.

Étant donné la tendance mondiale vers la création d'un marché de services moins réglementé et plus concurrentiel, tendance qui s'étend maintenant à l'Europe, et l'unification du marché européen en 1992, il est certain que la dynamique du marché des télécommunications subira de nombreux changements dans la prochaine décennie.¹ Parmi ces changements, les plus importants seront sans doute la normalisation des mesures d'approbation des produits et l'augmentation du nombre de fournisseurs de services. Il devrait en résulter une hausse considérable du bassin de clients européens désireux de se procurer des produits de télécommunications, un accroissement spectaculaire du nombre et de la variété de services offerts et une augmentation du nombre de fournisseurs de services nouveaux et améliorés. Pour les fournisseurs de produits et de services de télécommunications, ces changements se traduiront par une multiplication des débouchés commerciaux.