

norvégiens, sur leur capacité et leurs antécédents en tant que collaborateur efficace, et sur leur aptitude à attirer de nouvelles industries en Norvège.

f) La concurrence et les concurrents

Les États-Unis ont joué un rôle de premier plan dans le développement de l'industrie du pétrole et du gaz au large des côtes de la Norvège et ils sont le principal fournisseur du marché norvégien. La première découverte commerciale du pays, Ekofisk, a été mise en oeuvre grâce à la Phillips Petroleum Co. d'Oklahoma. Plusieurs autres multinationales américaines comme Mobil, EXXON et Conoco ont aussi joué un rôle prédominant dans l'exploration et la mise en valeur des ressources norvégiennes au large des côtes. Ces sociétés ont eu tendance à faire appel à des ingénieurs et à des entrepreneurs américains qui, en raison de leur familiarité avec les biens manufacturés et les services américains, comptent sur eux.

La concurrence d'autres fabricants étrangers, notamment les Japonais, les Britanniques, les Français, les Allemands, les Hollandais, les Finlandais et les Suédois, est aussi très forte. Pour que les entreprises canadiennes améliorent leur rendement dans ce marché très concurrentiel, il est essentiel qu'elles soient plus persévérantes et qu'elles s'engagent à long terme, prouvant ainsi la détermination et la capacité canadiennes. Les entreprises qui tentent pour la première fois de faire une percée sur le marché de la Norvège doivent être sur place ou, du moins, avoir un agent compétent qui les représente. Malheureusement, comme l'indique un récent sondage auprès du service des achats des sociétés pétrolières, peu de sociétés canadiennes sont inscrites en tant que vendeur approuvé et un nombre encore plus minime de sociétés s'est rendu sur la place du marché.

L'industrie pétrolière est très conservatrice et dépend fortement des fournisseurs "traditionnels". La loyauté envers des vendeurs qui ont fait leurs preuves et qui sont capables de respecter les exigences de la livraison est la pierre d'angle de la politique d'achat de l'industrie. Le respect des délais de livraison est d'importance capitale et les services de soutien, y compris la fourniture de pièces de rechange, sont essentiels. Il est impossible d'exporter à partir d'un bureau puisque les sociétés pétrolières et les entrepreneurs ne sont pas intéressés et n'ont pas le temps de magasiner par catalogue.

g) Le plan d'action

Une sensibilisation accrue aux capacités canadiennes et des contacts plus nombreux avec les acheteurs norvégiens sont les éléments essentiels d'une commercialisation réussie.