

Lorsque votre produit est fait de l'eau la plus pure et la plus mystérieuse de la planète, il n'est pas difficile d'attirer l'attention sur la scène internationale. Encore faut-il trouver des distributeurs fiables, comme a pu le constater la Canadian Iceberg Vodka Corporation. Cette entreprise a toutefois déniché une autre ressource précieuse : Équipe Canada inc, comme le relate son président, M. Gary Pollack.

Les ventes se cristallisent.

La vodka iceberg

La Canadian Iceberg Vodka Corporation, de Terre-Neuve, fait la « récolte » commerciale d'icebergs dans la Iceberg Alley, au large du littoral nord-est de l'île, depuis mai 1995. Les icebergs, de gros morceaux détachés de la masse glaciaire située près du Groenland, sont cueillis dans les immenses filets des navires que loue l'entreprise puis entreposés dans la cale. L'eau des icebergs — d'une telle pureté que les contaminants, en parties par quadrillion, ne peuvent être détectés — est ensuite expédiée à la Newfoundland Liquor Corporation (NLC), qui la mélange avec du spiritueux neutre à triple distillation à base de maïs sucré de l'Ontario. Et hop! On obtient la Canadian Iceberg Vodka, récipiendaire de nombreux prix et fruit du génie inventif de M. Gary Pollack.

« Durant la Guerre du Golfe, quelqu'un avait déclaré à la blague que nous pourrions récolter tous nos icebergs et en tirer de l'eau à vendre à l'Arabie saoudite, explique M. Pollack. J'ai d'abord ri de cette idée pour ensuite me rendre compte qu'elle n'était pas si ridicule que ça. » Incapable d'obtenir du financement pour produire de l'eau d'iceberg, M. Pollack a communiqué avec la NLC, qui s'est montrée prête à embouteiller la vodka iceberg.

Les distributeurs se manifestent

Le lancement prometteur de la Canadian Iceberg Vodka durant la conférence annuelle des premiers ministres tenue à St. John's, en septembre 1995, a permis à l'entreprise de trouver un distributeur aux États-Unis de même qu'un agent au Canada. Cependant le distributeur n'était qu'un centre de distribution, demandant

à la Iceberg Vodka de payer d'énormes frais pour résilier le contrat.

M. Gary Pollack a de précieux conseils à donner aux exportateurs : « Exigez de voir les états financiers et demandez des références à d'autres clients que le distributeur représente. Évitez surtout quelqu'un qui ne paie qu'en paroles. » Il recommande également de tirer parti des ressources gouvernementales. Lui-même s'est d'ailleurs prévalu

des services de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) et a reçu, en octobre 1999, du financement dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME). Ses représentants ont ainsi pu se rendre à ANUGA, la plus importante foire commerciale des aliments et boissons organisée à Cologne, en Allemagne.

Rien ne vaut les contacts personnels

C'est évidemment pour rencontrer des distributeurs qu'une entreprise choisit de participer à une foire commerciale, mais ce n'est pas la seule raison. « Ces événements offrent un autre avantage de taille : ils vous permettent de rencontrer des délégués commerciaux, souligne M. Pollack. Cela facilite les choses lorsque vous communiquez ensuite par courriel. » Les représentants de l'entreprise communiquent fréquemment avec les agents des missions canadiennes au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, au Moyen-Orient et en Scandinavie, qui leur donnent des renseignements sur le marché, des listes de distributeurs et des conseils concernant les foires où la Iceberg Vodka devrait être présente. Les pistes indiquées par les agents de commerce ont également abouti récemment à la signature de contrats de distribution en Islande, en Israël et en Suisse.

Le secret : les communications


M. Pollack souligne l'importance de pouvoir compter sur les services d'un interprète à son stand durant les foires à l'étranger : « Si vous voulez percer sur un marché étranger, vous avez besoin de quelqu'un qui parle la langue du pays que vous ciblez. Il faut pouvoir communiquer dans la langue de vos futurs clients. »

La Iceberg Vodka, qui compte 6 employés ainsi qu'entre 25 et 30 cueilleurs et embouteilleurs saisonniers, exporte également ses produits au Japon et en Ukraine. En plus de sa percée actuelle en Europe, l'entreprise prévoit réaliser des ventes à la suite de sa participation, le mois prochain, à la mission commerciale d'Équipe Canada à Beijing, à Shanghai et à Hong Kong. À l'instar de ses marchés, l'entreprise étend sa gamme de produits. Ainsi, la Canada's Original Iceberg Water, dont 90 % de la production est destinée à l'exportation par l'entremise de distributeurs, devrait se trouver sur le marché en 2001.

M. Pollack a de bonnes raisons d'avoir confiance dans sa vodka unique en son genre. Néanmoins, il soutient que « si une entreprise comme la nôtre souhaite croître, elle doit absolument se tourner vers l'exportation et obtenir l'appui des programmes canadiens visant à promouvoir les exportations. »

Pour plus d'information, communiquer avec M. Gary Pollack, président, Canadian Iceberg Vodka Corporation, tél. : (416) 443-6200, téléc. : (416) 385-3132, courriel : president@icebergvodka.net internet : www.icebergvodka.net ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique Les trucs du métier.)



LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Faites connaître votre entreprise à l'étranger !

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous ? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez www.infoexport.gc.ca et inscrivez-vous en ligne.

