

CAFÉ SELENA : SÉDUIRE LA POLOGNE, UNE TASSE À LA FOIS

Après s'être imposée comme leader au chapitre de la part de marché en République tchèque, Café Selena a fait son entrée sur le marché polonais le 1^{er} janvier 2001. L'entreprise a effectué d'importants investissements et offre du matériel de préparation du café à la fine pointe, une gamme impressionnante de mélanges de haute qualité, 20 ans d'expérience dans le domaine et le soutien du groupe A.L. Van Houtte au Canada. « Le plus difficile a été de mettre sur pied la société et d'obtenir tous les permis et homologations nécessaires pour mener nos activités. La paperasse prend beaucoup de temps et est inutilement compliquée. Le nombre de formalités administratives est parfois décourageant. C'est pour cela qu'il faut demeurer centré sur l'objectif : franchir les étapes nécessaires pour approvisionner ce marché de 40 millions de personnes, qui connaît une croissance rapide. Il n'y a pas de doute : cela vaut la peine de faire des affaires dans ce pays », dit Mark Zicha, directeur général, qui ajoute : « J'ai trouvé particulièrement utile d'avoir sur place quelqu'un qui défend nos intérêts en Pologne. Par exemple, quand l'administration sanitaire polonaise a menacé de refuser d'homologuer notre produit de chocolat canadien, l'ambassade du Canada a immédiatement offert de nous aider et a rassemblé des renseignements qui ont éclairci la situation pour nous ainsi que pour les autorités, à qui l'ambassade a exposé ses vues. » En outre, les tarifs d'hôtel négociés par l'ambassade à Varsovie ont permis à M. Zicha d'économiser 2 000 \$ en un an. Les gens d'affaires canadiens peuvent bénéficier de ces tarifs en consultant la section Renseignements pour les visites du site Web de l'ambassade. Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Mark Zicha, directeur général, Café Selena
Tél. : (48-22) 334-5471
Télé. : (48-22) 334-5470
Courriel : zicha@selen.cz
Site Web : <http://www.europe-selena.com>

Rosell-Lallemand Inc. Les vitamines, les minéraux, les produits naturels et les compléments alimentaires sont importés des sociétés canadiennes Swiss Natural Sources, Profitness et Trophic. Les besoins à long terme rendent le secteur du matériel médical prometteur pour les fabricants tchèques et étrangers. Les importations connaissent encore une légère croissance. En 2000, elles ont atteint 335 millions de dollars canadiens. Les instruments médicaux, chirurgicaux et stomatologiques représentent environ 55 % des importations. Ils sont suivis par les appareils orthopédiques (26 %) et les machines à rayons X et autres appareils émettant des rayonnements (12 %). Le fournisseur canadien qui connaît les meilleurs résultats est Nordion.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Tous les produits pharmaceutiques sont soumis à une procédure d'homologation avant d'être mis en vente, et tous les médicaments dont la mise en marché est autorisée sont soumis à un contrôle des prix selon le régime du prix maximal. On projette de déréglementer les prix des médicaments en vente libre et de remplacer le régime du prix maximal par des prix de référence d'ici deux ans. Il est essentiel d'avoir un partenaire local, et de nombreuses sociétés internationales ont créé des coentreprises. La méthode de distribution la plus courante pour les sociétés étrangères consiste à recourir aux services de distributeurs à grande échelle qui bénéficient de relations commerciales et de réseaux de distribution établis. Les distributeurs aident les exportateurs à peaufiner leurs stratégies de commercialisation et leurs produits en fonction des besoins et des préférences du marché local. Ils se chargent aussi des négociations avec l'administration d'État. De plus, les représentants sur place peuvent aider les sociétés étrangères à surmonter les barrières culturelles et linguistiques, et se retrouver dans les pratiques commerciales et les normes locales. Les représentants sur place ont également des contacts établis en Slovaquie.

BELL HELICOPTER TEXTRON

Bell Helicopter Textron, premier producteur mondial d'aéronefs à voilure tournante, est très actif sur le marché tchèque de l'aérospatiale depuis le début des années 1990. Bell a constaté qu'une importante représentation locale était nécessaire pour maintenir un contact étroit avec sa division des hélicoptères commerciaux de Mirabel, au nord de Montréal. De 1990 à 2000, Bell a produit au Canada et livré quatre appareils 412 HP et cinq hélicoptères de modèle 206. Les principaux clients sont la police tchèque et Alfa Helikopter Co. Récemment, un 412 EP est venu s'ajouter à ces ventes. Bell est aussi sur le point de livrer un autre 427 à Alfa, qui s'en servira pour fournir des services médicaux d'urgence. Si la police tchèque lance un appel d'offres pour de nouveaux hélicoptères en 2002, Bell est prêt à offrir huit appareils neufs. L'engagement sérieux de Bell envers le marché commercial est démontré par le travail de mise au point et le soutien fournis par le siège social canadien. L'application d'une technologie de pointe grâce à l'ingénierie de précision canadienne et la fabrication de haute qualité ont fait de Bell l'un des chefs de file internationaux du marché de l'aérospatiale. Une représentation dynamique, clé du succès pour toutes les sociétés étrangères, s'est traduite en ventes substantielles.

Principaux concurrents

Les médicaments sont principalement importés d'Europe de l'Ouest. La société suisse Novartis arrive au troisième rang des dépositaires (après les sociétés locales Leciva et Slovakofarma, de Slovaquie). Elle est suivie de Sanofi-Synthelabo, de la société pharmaceutique slovène KRKA, de Bristol Myers Squibb, Schering, Jansen Cilag, HoechstMarion Roussel et de Roche. Les autres entreprises internationales importantes sont Knoll, Pharmacia, Upjohn, Lek, Merck, Apotex et Bayer.

Les principales sources d'importation de matériel médical sont l'Allemagne (16 %) et les États-Unis (17 %). Pour les appareils de radiographie, les systèmes d'imagerie, les tomodynamomètres et les sonographes, les plus importants fournisseurs sont Toshiba (États-Unis), Philips (États-Unis) et Olympus (Japon), suivis de Fisher Imaging Corporation (États-Unis) et AFT Imaging Corporation (États-Unis).

Les appareils médicaux, chirurgicaux et stomatologiques sont surtout importés de Philips (États-Unis). Le principal exportateur allemand est Siemens, qui produit des appareils à rayons X, des systèmes de succion et des appareils de mammographie.

Autres sources d'information

Confédération de l'industrie de la République tchèque : <http://www.spcr.cz>

Plus important salon de l'équipement médical : <http://www.bvv.cz/mefa>

Information médicale : <http://www.medicub.cz>

Information médicale : <http://www.medical.cz>

Base de données de fournisseurs d'équipement médical : <http://www.medicainfo.cz>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M^{me} Iлона Boldova, agente de commerce

Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque

Tél. : (420-2) 7210-1864

Télé. : (420-2) 7210-1894

Courriel : ilona.boldova@dfait-maeci.gc.ca


Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>



Vous faites des affaires à l'étranger ?

Vous avez étudié et ciblé un marché étranger. Vous voulez maintenant obtenir une liste de personnes-ressources clés dans votre marché-cible : des acheteurs potentiels, des distributeurs ou des consultants. Nous pouvons vous aider. Nous sommes 500 professionnels du commerce présents dans plus de 130 villes aux quatre coins du monde. Nous vous fournirons une liste de personnes-ressources qualifiées. Nous sommes le Service des délégués commerciaux du Canada : au service des entreprises canadiennes à l'étranger.

Accédez à notre réseau de professionnels de www.infoexport.gc.ca

 Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international  Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

L'AVANTAGE EUROPE

annuelle des importations de produits canadiens est passée de 10 à moins de 3 millions d'euros (environ 14 millions de dollars canadiens).

Toutefois, le nouveau portail d'accès internet de la Délégation générale pour l'armement (DGA) [www.ixarm.com]

La fabrication et l'intégration au Canada d'une partie de ces équipements ont fait l'objet d'accords de coopération et de commercialisation à l'exportation, dont les retombées industrielles au bénéfice des firmes canadiennes s'élèvent globalement depuis 1993 à plus de

EUROSATORY 2002

permet dorénavant aux fournisseurs d'obtenir des informations pratiques dont la consultation offrira à terme une meilleure connaissance des besoins français et des appels d'offres à venir, avec l'option de faire parvenir des propositions non sollicitées. Actuellement, des programmes de défense réalisés en coopération européenne, tels que l'A400M de transport militaire ou le programme de missile Meteor, pourraient offrir aux industriels canadiens de nouveaux débouchés de sous-traitance d'aérostructures, pour des offres dont la compétitivité devra être évaluée par les gestionnaires de l'OCCAR, le nouvel organisme d'achat d'armement européen qui s'occupe de ces programmes.

Il faut également citer les programmes de développement industriel franco-canadiens portant sur la production de missiles antibunker/antichar Eryx, de systèmes d'artillerie de 105 mm et de leurs munitions, de systèmes d'information et de commandement SICF équipant dorénavant les forces armées canadiennes et françaises, auxquels s'ajoute la fourniture prochaine de casques balistiques pour l'infanterie canadienne.

100 millions d'euros (environ 140 millions de dollars canadiens).

Pour plus de renseignements sur ce secteur, communiquer avec :

- M. Guy Ladequis, délégué commercial (aéronautique et défense), ambassade du Canada en France, tél. : (011-33-1) 44.43.23.59, téléc. : (011-33-1) 44.43.29.98
- M. Charles Hall, Industrie Canada, tél. : (613) 952-2433, téléc. : (613) 998-6703
- M^{me} Anne Healey, AIDC, tél. : (613) 235-5337, téléc. : (613) 235-0784, courriel : cdia@cyberus.ca

Pour plus de renseignements sur EUROSATORY 2002, consulter le site des organisateurs du salon : www.eurosatory.com

Pour s'inscrire au pavillon du Canada à EUROSATORY 2002, communiquer avec :

- M^{me} Elisabeth Veauvy-Charon, Promosalons Canada-Montréal, tél. : (514) 861-5668, téléc. : (514) 861-7926, courriel : infofr@promosalons.com
- M^{me} Alison Cousland, Promosalons Canada-Toronto, tél. : (416) 929-2562, téléc. : (416) 929-2564, courriel : acusland@promosalons.com

itannique aux É.-U.

les distributeurs et les détaillants des États-Unis.»

M. Combret termine en ces mots : « Nous utilisons le terme français 'terroir' pour décrire le goût et l'origine d'un vin. Le terroir correspond à une combinaison de caractéristiques qui donnent au vin son identité propre. À cela s'ajoutent une commercialisation soignée et la

patience, touches finales à ce produit inestimable. »

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Olivier Combret, propriétaire, Domaine Combret, tél. : (250) 498-6966, sans frais : 1-866-TERROIR, téléc. : (250) 498-8879, courriel : info@combretwine.com internet : www.combretwine.com

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Carrefour États-Unis ».)