

Une société « balaye » le marché des aspirateurs

Les entreprises canadiennes à la recherche de débouchés dans le Bassin du Pacifique prendront intérêt au voyage récent de deux hommes d'affaires canadiens: M. Dieter Hollweck, président de la Overseas Projects of Canada, et M. Paul Musser, directeur général de Beam Canada Inc.

Beam Canada, qui fabrique des aspirateurs centraux, a remporté, en 1987, la Médaille d'or de la commercialisation, l'une des récompenses du programme du Canada pour l'excellence en affaires qui relève du ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie (ancien ministère de l'Expansion industrielle régionale, ou MEIR).

C'était la première fois que les deux hommes effectuaient un voyage d'affaires au Japon, à Taiwan et en Corée du Sud. Mais leurs produits les avaient précédés; ils ne cherchaient donc pas à pénétrer ce marché, mais plutôt à consolider leurs réseaux commerciaux en place.

De plus, leur principal client japonais était déjà venu au Canada, précisément pour travailler avec M. Hollweck et Beam Canada.

Lors d'une entrevue au bureau d'Ottawa d'Overseas Projects of Canada, M. Dieter Hollweck a expliqué sa réussite par ce qu'il appelle les trois « P » et les deux « C » qui constituent les règles d'or de l'exportation : professionnalisme, planification et patience; coopération et crédibilité.

A propos des transactions considérées comme des triomphes consacrant 12 années d'expérience dans 25 pays, M. Hollweck a souligné l'importance de la coopération et des responsabilités qui unissent le fabricant, le client et la maison d'exportation. Selon lui, cette importance est illustrée par une formule : « Les bons produits sont plus faciles à trouver que les bons fournisseurs. »

Les bonnes relations de travail avec une maison d'exportation reposent tout d'abord sur un fabricant capable et désireux d'assumer ses obligations en matière de prix, de qualité et d'échéances.

Toutefois, dans le commerce d'exportation, ce n'est là qu'un début. Il faut ajouter deux autres facteurs essentiels : 1) le produit doit être modifié en fonction des besoins et des attentes des importateurs; et 2) la maison d'exportation doit pouvoir compter sur un engagement ferme qui justifie l'importance des investissements et des risques qu'elle assume en mettant sa réputation chèrement acquise au service d'un nouveau fournisseur ou fabricant. Le fait est que, dans l'exportation, une réputation est difficile à faire et facile à défaire.

Les rapports entre M. Hollweck et Beam Canada sont profitables aux deux parties. M. Hollweck détient des droits exclusifs pour ce qui concerne les exportations vers les marchés autres que ceux d'Amérique du Nord tandis que Beam dirige et exploite des débouchés dans 25 pays.

Ces débouchés n'ont pas été obtenus facilement ni à bas prix. Alors que Beam, fondée en 1977, cherchait à prendre une expansion rapide au Canada, M. Hollweck faisait renouveler la technologie et la conception du produit en vue de l'exportation. Deux démarches s'imposent.

La modification d'un produit vise première-

ment à satisfaire les exigences techniques et mécaniques, compte tenu des codes de sécurité et de fonctionnement.

Les facteurs essentiels sont les tensions nominales, les configurations des fiches et des prises, et les raccords et les tuyaux qui doivent être compatibles avec les normes et les types de construction qui prévalent sur le marché visé. M. Hollweck s'en est occupé avant de chercher des importateurs.

D'ailleurs, un grand nombre de projets d'exportation ont avorté à cause de problèmes techniques, mineurs en apparence, mais non résolus. Si la première phase du changement de conception échappe à bon nombre d'exportateurs éventuels, la seconde est encore plus délicate car c'est celle qui consiste à prévoir et à satisfaire les attentes d'ordre culturel.

M. Hollweck veut justement savoir ce que le consommateur attend du produit lorsqu'il le verra ou le touchera. Cela peut paraître étrange lorsque l'on parle d'aspirateurs centraux, jusqu'à ce que M. Hollweck tire deux poignées qui font le même travail, mais qui n'ont pas le même aspect; et ne procurent pas du tout la même sensation au toucher.

En effet, l'une des poignées est conçue au goût des Nord-Américains, et l'autre à celui des Européens et des Asiatiques. Le travail de M. Hollweck consiste à découvrir et à formuler ces différences. Ensuite, il demande au fabricant de modifier la conception de l'appareil conformément aux attentes du client.

M. Hollweck a exporté son premier aspirateur Beam en 1975, et présente régulièrement ses produits aux principales expositions consacrées aux appareils ménagers et aux biens de consommation durables présentées dans le monde entier. Parmi ces expositions, celle de Domotechnica (à Cologne, Allemagne de l'Ouest) est l'une des plus prestigieuses d'Europe.

C'est là, en 1988, que M. Hollweck avait prévu son premier rendez-vous avec M. K. Izasawa, président de la société Japan General Appliances Co. Ltd., le plus grand fournisseur japonais d'appareils ménagers importés et l'agent d'entreprises aussi connu que Black & Decker et General Electric. Par la suite, M. Izasawa a engagé un jeune ingénieur, M. Yuji Noguchi, spécialement chargé d'importer les produits Beam au Japon.

Pourquoi se rencontrer à une exposition commerciale? Au cours de l'exposition où s'est tenue cette importante rencontre avec M. Izasawa, M. Hollweck a pu, entre autres, travailler avec des



Un coup d'aspirateur -- M. Dieter Hollweck, président de la maison de commerce Overseas Projects of Canada, d'Ottawa, fait la promotion du système d'aspirateur Beam Canada, à Tokyo.

distributeurs de Beam venus de neuf pays; il a noué des contacts et vu de nouveaux produits.

M. Hollweck est un fervent partisan des foires commerciales internationales car il les considère comme un moyen rentable de faire des affaires (en 1989, il compte participer à plus de 150 événements de ce genre à travers le monde).

Les grandes expositions commerciales jouent également un rôle dans la psychologie de la réussite en matière d'exportation. M. Hollweck a participé à plusieurs expositions internationales prestigieuses, outre Domotechnica, notamment Interbuild et Ideal Home Show en Angleterre, Finbuild en Finlande, Home and Hobby en Norvège, Ideal Home Show en Australie, Saudi-build en Arabie Saoudite; et tout récemment, il participait à l'exposition Tokyo Home Show.

M. Hollweck tient avant tout à rencontrer ses clients éventuels à l'occasion des foires internationales. Il considère en effet que les importateurs sérieux ne manquent pas de visiter ces expositions et, comme il l'a appris il y a de nombreuses années : « On n'a qu'une seule chance à ce que la première impression soit la bonne. »

La société Overseas Projects of Canada n'est pas une très grande entreprise, mais elle est efficace. Le récent voyage au Japon permet d'envisager de nouvelles transactions.

La société Overseas Projects of Canada est une maison de commerce accréditée auprès du Conseil des maisons de commerce canadiennes.

Pour tout renseignement sur 1) cette société ou sur Beam Canada Inc., joindre M. Dieter Hollweck, C.P. 3366, Succursale C, Ottawa K1Y 4J6; tél. : (613) 722-1716, télécopieur : (613) 722-6451, télex : 053-4850; 2) les maisons de commerce canadiennes et leur utilisation comme outil d'exportation, joindre, au MinAffex, M. Mike Reshitnyk, tél. : (613) 996-1862, télécopieur : (613) 996-9103, télex : 053-3745.

Abonnement

CanadExport est distribué gratuitement au Canada aux fabricants et aux milieux des affaires. Pour vous abonner au bulletin, veuillez remplir le bon de commande ci-dessous. Pour tout changement d'adresse ou autre (cela prend quatre semaines), prière de mentionner le numéro indiqué sur l'étiquette de votre enveloppe.

Nom

Société ou organisme

Rue

Ville, province (territoire)

Code postal



Français



Anglais

Renvoyer dûment rempli à : CanadExport (BTC), ministère des Affaires extérieures, édifice Lester B. Pearson, 125, Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

(Also available in English)

INFO-EXPORT (tél. sans frais) : 1-800-267-8376 (Région d'Ottawa : 993-6435)

Télécopieur : 996-9288 / 9510 / 9103

Télex : 053-3745 (BTCE). Indicatif : External Ott.

CanadExport est un bulletin bimensuel du ministère des Affaires extérieures, Direction des services de communication au Canada sur le commerce (BTC).

Rédacteur en chef (i) : Louis Kovacs, tél. : (613) 992-7114.

Rédacteur : Don Wight, tél. : (613) 992-6252.

Tirage : 35 000 exemplaires.

ISSN 0823-3349

Canada