

France — (Suite de la page 4.)

Troisièmement, vous devrez aussi obtenir des informations sur les fabricants et les distributeurs pour vous familiariser avec les entreprises et leurs activités en France. Procurez-vous les catalogues des foires commerciales de l'année dernière (les adresses sont dans les rapports mentionnés plus haut). Ces catalogues contiennent des renseignements sur tous les participants, et vous indiqueront avec précision le marché visé par la foire. Cette dernière information est importante car la France organise de nombreuses foires sur les télécommunications, chacune mettant l'accent sur un aspect différent.

La première visite en France

Nous n'allons pas répéter les renseignements donnés dans l'article « La visite de prospection » dans le *CanadExport* du 17 décembre 1990; mais simplement vous offrir quelques conseils sur ce que vous devriez faire pendant votre première visite en France —surtout si vous arrivez au moment de la foire commerciale dans votre sous-secteur :

- Vous devriez prendre les dispositions nécessaires pour parler au délégué commercial chargé des télécommunications. Il pourra vous mettre au courant de la situation en matière de réglementation, de vous informer sur les rôles des entreprises dans le domaine et de faire des suggestions pour aborder le processus d'approbation.

- A la foire, vous pourrez déterminer l'importance de la concurrence, de voir ce qui est offert et de remarquer s'il y a des créneaux inexploités que vous pourriez combler, ou si votre produit fait directement concurrence à des produits établis.

- Vous serez aussi en mesure d'évaluer la complexité du marché. Bien que la France soit à un niveau technologique semblable à celui du Canada, il existe des différences (elle nous devance pour ce qui est de la vidéotex et de la télédiffusion directe par satellite, mais elle est en retard par rapport à nous en ce qui concerne les téléphones cellulaires et la câblodistribution).

- Vous pourrez parler à des distributeurs ou à des fabricants de produits complémentaires que vous aurez contactés à l'avance. Vos produits sont-ils complémentaires à ceux qu'ils offrent ? Et,

(Voir page 6: France.)

Le marché des télécommunications mobiles en France

L'industrie de la téléphonie cellulaire en France et, d'ailleurs, dans toute l'Europe occidentale, connaît une croissance phénoménale.

Cependant, lors d'une conférence d'affaires tenue récemment et qui réunissait tous les intervenants du marché de la téléphonie cellulaire, les entreprises d'exploitation canadiennes brillaient par leur absence.

On peut se demander si les entreprises canadiennes exploitantes sont en train de rater cette occasion de s'établir de l'autre côté de l'Atlantique.

C'est la question que se posait les agents de l'ambassade du Canada en France qui ont préparé ce bref coup d'oeil du marché des télécommunications mobiles dans ce pays.

Les débouchés pour les entreprises canadiennes ne se limitent pas à la fourniture d'équipement. Dans la Communauté européenne (CE), chaque gouvernement est tenu d'attribuer au moins un permis à un exploitant de service autre que la société chargée du service téléphonique de ce pays.

Les règlements de la CE stipulent qu'il doit y avoir une concurrence entre les fournisseurs de services, comme c'est le cas, par exemple, en Ontario et au Québec, entre Bell Cellulaire et Cantel.

L'Europe de l'Est se cherche aussi des partenaires expérimentés pour mettre en place des réseaux mobiles en moins de temps qu'il ne lui faudrait pour moderniser ses systèmes actuels.

Les travaux préparatoires pour ce qui constituera le plus important marché des télécommunications de la décennie seront fermement établis au cours de la prochaine année. Les entreprises exploitantes de la société Bell des États-Unis qui ont de l'expérience en téléphonie cellulaire (comme US West, Pacific Telesis, Bell South et Nynex) ont des associations ou des consortiums bien établis avec des entreprises européennes afin d'allier les marchés locaux et les compétences techniques à l'expérience américaine. Ce genre de dispositions est aussi nécessaire à cause des règlements de nombreux pays, comme la France, qui limitent la participation étrangère dans les entreprises d'exploitation.

Les exportateurs devraient cependant savoir que la croissance phénoménale de cette industrie cache certaines difficultés techniques dont beaucoup sont en voie d'être réglées.

En effet, il existe un grand nombre de normes incompatibles, par exemple, un téléphone cellulaire dans une voiture d'Allemagne ne peut pas être utilisé en Italie, et un téléphone de France ne peut servir ailleurs qu'en France.

La situation en France est aggravée du fait que le principal réseau dans ce pays, le Radiocom 2000, fonctionne en vertu d'un protocole de transmission limité et qu'il a atteint un point de saturation dans les plus grands centres urbains (c.-à-d. qu'il ne peut accepter de nouveaux clients). Un service concurrent, exploité par la Société française du radiotéléphone, utilise une version modifiée de la norme scandinave.

Cette situation est sur le point de changer de façon radicale. Les fournisseurs de services cellulaires européens viennent de signer un protocole d'entente. En vertu de ce protocole d'entente, un service de téléphone cellulaire numérique fondé sur la norme du Groupe spécial mobile (GSM), sera offert, de façon limitée, en juillet 1991 (bien que plusieurs pays aient déclaré qu'ils ne pourraient peut-être pas satisfaire cette échéance), et la mise en place totale sera faite pour 1992.

On s'attend à ce que 20 millions de téléphones cellulaires soient vendus d'ici la fin de la décennie. Les téléphones conformes à la norme du GSM fabriqués pour un pays pourront être vendus et utilisés dans toute l'Europe.