

Les télécommunications en France : un bon marché à bien travailler

Cet article, qui a été préparé par l'ambassade du Canada à Paris, France, n'offre pas uniquement des renseignements sur le secteur des télécommunications dans ce pays, mais également de bons tuyaux sur les meilleurs moyens de percer sur ce marché et, indirectement, sur les autres marchés des télécommunications en Europe.

Vue d'ensemble

Les articles sur les marchés extérieurs des télécommunications semblent toujours souligner la taille et la croissance de ces marchés ainsi que les nouvelles possibilités qui découlent de la libéralisation; mais ils ne mentionnent pas que pour percer sur ces marchés, il faut travailler dur.

Sans aucun doute, les possibilités augmentent. Dans la Communauté européenne (CE), le contrôle monopolistique exercé par les administrations de téléphone (AT) est considérablement réduit. Actuellement, les entreprises canadiennes ont plus de possibilités de vendre des terminaux de téléphone, des PABX et du matériel de télécommunication mobile directement aux consommateurs sans passer par les AT. Et maintenant que les AT elles-mêmes doivent faire face à la concurrence dans de nombreux domaines, leurs décisions d'achat sont fondées davantage sur des paramètres économiques, ce qui réduit les désavantages que les fabricants étrangers ont peut-être subis.

Il faut travailler dur

Toutefois, rien n'est gratuit. Les possibilités ne s'offrent qu'aux sociétés qui ont d'excellents produits et qui sont prêtes à fournir un grand effort.

Avant de pouvoir vendre un produit, il faut répondre à de nombreuses questions. Quelles sont les normes dans le pays cible et quelles modifications faut-il apporter pour que le produit soit homologué? Quelles sont les firmes avec lesquelles il est possible de conclure des accords de distribution ou d'entreprises conjointes à des fins de fabrication? Le produit occupe-t-il un créneau ou devra-t-il faire face à une concurrence acharnée de la part d'un produit de rechange au prix raisonnable, qui existe déjà?

Etes-vous prêt à faire une visite de prospection au pays, suivie par des visites régulières alors que le produit se vend sur le marché?

Cet article examine ces questions du point de vue de la France, mais les remarques s'appliquent également aux entreprises qui exportent du matériel de télécommunication à n'importe quel pays de la CE.

La situation réelle

L'ambassade ici reçoit souvent, par télécopieur, des demandes de renseignements sur le marché des télécommunications et les normes, formulées, par exemple, de la manière suivante : « Nous avons une possibilité d'exportation et désirons recevoir de l'information par télécopieur le plus tôt possible », ou des demandes de renseignements préliminaires, dans lesquelles des entreprises annoncent qu'elles désirent exporter en France dans les deux mois suivants. Cela n'est pas réaliste!

Dans ce domaine, la technologie change rapidement, mais l'établissement d'un programme d'exportation de matériel de télécommunication vers l'Europe n'est pas quelque chose que l'on fait à la hâte. Ce n'est pas possible compte tenu des réalités suivantes :

- il faut analyser les normes européennes et nationales (il existe encore une multitude de normes nationales car il y a des différences techniques réelles entre les systèmes téléphoniques des divers États membres de la CE);
- les produits doivent souvent être conçus de nouveau pour satisfaire aux normes;
- un dossier complet doit être préparé et soumis pour le processus d'approbation du type, un processus qui dure au moins six mois;
- en vertu de la loi, les agents des douanes françaises sont tenus d'arrêter l'importation de tout produit de télécommunication qui n'est pas approuvé!

Ici à l'ambassade, nous ne travaillons pas dans les délais de « retour de télécopieur », mais en termes de plusieurs mois ou même d'un an ou deux avant la vente du premier produit. Le délai est plus court lorsque l'entreprise

canadienne collabore étroitement avec un partenaire français qui peut guider le produit à travers le processus d'approbation du type, surtout si le produit comporte une valeur ajoutée en France, et ainsi accélérer le processus.

Faire son devoir

Comme l'a écrit le rédacteur en chef de *CanadExport*, M. René-François Désamoré dans sa série d'articles intitulés « Un regard neuf sur l'exportation », « les exportateurs doivent utiliser les ressources des délégués commerciaux judicieusement et seulement après avoir obtenu tous les renseignements disponibles - au Canada ».

On peut répondre à bon nombre des questions posées ci-dessus au Canada.

Commencez par les normes. Le premier organisme avec lequel vous devriez communiquer, c'est le Conseil canadien des normes. Celui-ci a accès aux normes de l'AFNOR (françaises) ainsi qu'à toutes les normes utilisées en Europe. L'ambassade du Canada à Paris peut aussi fournir les noms des entreprises canadiennes ou françaises qui offrent des services d'expert-conseil et d'homologation en ce qui concerne les normes européennes.

Deuxièmement, obtenez quelques informations sur la situation des télécommunications en France. Les revues commerciales et les rapports de l'OCDE sont, en général, de bonnes sources de renseignements. On peut se procurer auprès d'AECEC (voir plus loin) des rapports sur le marché des télécommunications en France en général ainsi que des rapports plus précis sur les marchés des téléphones mobiles, de la câblodistribution et des réseaux informatiques. (Une entreprise spécialisée dans le commerce des téléphones cellulaires nous a demandé de « décrire en détail tous les essais sur le terrain » des téléphones cellulaires en France.)

Si une société ne sait pas que la France est un pays avancé qui, à l'instar de tous les pays riches de l'Europe de l'Ouest, a dépassé depuis des années « l'étape des essais sur le terrain », elle ne devrait même pas envisager d'y exporter.

(Voir page 5 : France.)