

Carmanah - suite de la page 1

Cependant, lorsque la Ville de Londres a communiqué avec elle, en 2001, pour lui parler de son projet d'éclairage solaire pour arrêt d'autobus, Carmanah ne fabriquait encore que des phares de navigation maritime. C'est le hasard qui a voulu qu'un Londonien voie les petits phares maritimes solaires intégrés de Carmanah voguer sur la Tamise et se demande si ces petits panneaux solaires pouvaient servir à alimenter le système d'éclairage des arrêts d'autobus.



À cette époque, Carmanah n'avait pas de division d'éclairage du transport urbain ni d'effectif de ventes au Royaume-Uni, à part un distributeur régional de produits maritimes. Et pourtant, elle a été la première à soumettre un prototype et l'un des rares soumissionnaires retenus pour les essais en milieu réel.

Quatre ans plus tard, Carmanah remportait le contrat de fourniture de systèmes d'éclairage solaire de 1 200 arrêts d'autobus londoniens, premier volet d'un projet quinquennal de 16 millions de dollars destiné à pourvoir Londres du plus grand réseau d'arrêts d'autobus à éclairage solaire du monde entier.

Les leçons de l'expérience

Carmanah savait qu'elle était en lice pour un énorme contrat susceptible de lui ouvrir un nouveau marché vertical de technologie à

Londres. Mais elle a dû attendre patiemment la clôture du processus de sélection de quatre ans, processus que son PDG, Art Aylesworth, décrit comme le plus rigoureux auquel Carmanah ait jamais participé. Voici les leçons que l'entreprise a tirées de sa quête de marchés internationaux.

Surmonter l'avantage dont jouissent les concurrents sur leur propre territoire — Carmanah s'est imposée au Royaume-Uni avec sa technologie de qualité supérieure, mais elle était désavantagée vis-à-vis de ses concurrents britanniques en sa qualité de soumissionnaire étranger. Elle a profité des connaissances et de l'assistance des employés du haut-commissariat du Canada pour surmonter ce désavantage.

Établir sa présence sur les lieux — Carmanah a dépêché un ingénieur à Londres pour superviser le projet et accompagner la première livraison d'arrêts d'autobus. Peu après, elle a ouvert un bureau à Londres et l'a doté d'une équipe de quatre personnes et d'une riche expérience collective. Grâce à l'usine qu'elle projette d'installer au Royaume-Uni, Carmanah pourra tirer parti de sa réussite à Londres pour étendre ses activités à l'ensemble du marché européen.

Faire appel aux services du haut-commissariat du Canada — Assez tôt dans son aventure, Carmanah a communiqué avec les agents commerciaux de la Division économique et commerciale du haut-commissariat du Canada à Londres qui lui ont été d'un grand secours en la mettant en contact avec les médias britanniques, en rencontrant les employés de l'entreprise lors de leurs passages à Londres, en faisant connaître Carmanah sur le marché britannique, en faisant des études de marché, en assurant la liaison avec des clients britanniques potentiels et en mettant des salles de réunion et de réception à sa disposition.

S'inscrire auprès du Service des délégués commerciaux du Canada — À titre de client d'affaires du Service des délégués commerciaux du Canada, Carmanah a obtenu des résultats d'études de marché, un soutien aux communications ainsi qu'un accès aux bulletins d'information et aux bulletins personnalisés du Délégué commercial virtuel.

S'armer de patience — Le processus d'adjudication du contrat a pris quatre longues années et a nécessité l'exécution de toute une série d'essais sur le terrain. En novembre 2003, les arrêts d'autobus de Carmanah ont reçu une mention très élogieuse à la remise des prix de l'industrie de l'autobus du Royaume-Uni. À cette époque, l'adjudication du contrat semblait imminente, mais n'a été annoncée que presque une année plus tard.

Exploiter l'investissement international de diverses façons — Carmanah a transformé chacun de ses obstacles en un atout et a exploité les retombées de son contrat sur d'autres marchés. Lorsque le contrat des arrêts d'autobus de Londres a finalement été conclu, Carmanah avait déjà mis sur pied une nouvelle division du transport en commun; elle avait introduit ses produits i-STOP™ et i-SHELTER™ en Amérique du Nord et les avait vendus à plus de 85 commissions de transport en commun. Et son bureau londonien était fin prêt à faire connaître au marché européen tous ses produits, pas seulement ses produits de transport urbain.

Renseignements : www.carmanah.com.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



En quête d'information commerciale de qualité? Consultez les experts!

Tous les jours, votre Délégué commercial virtuel vous offre, directement sur votre poste de travail, des renseignements essentiels et des services personnalisés liés à votre secteur et à vos marchés grâce à notre équipe de plus de 1 000 spécialistes en commerce international.

Examinez de plus près votre Délégué commercial virtuel et découvrez ce que nous avons à vous offrir!

Occasions d'affaires

Des occasions d'affaires qualifiées transmises exclusivement aux utilisateurs du Délégué commercial virtuel par notre personnel commercial à l'étranger, en collaboration avec le Centre des occasions d'affaires internationales.

Événements et missions

Information relative à des missions et à des activités commerciales au Canada et à l'étranger qui vous aidera à développer votre réseau de contacts et à trouver des débouchés. Demandez en ligne plus d'information sur ces activités.

Rapports sur les marchés

Accès à plus de 750 études, aperçus et profils sectoriels à jour produits par le Centre des études de marché de Commerce international Canada et notre personnel à l'étranger.

Actualités sectorielles

Nouvelles tirées de plus de 8 000 sources correspondant à vos intérêts commerciaux internationaux. Cette information inestimable, actualisée quotidiennement, vous aidera à vous renseigner sur des événements pouvant influencer la croissance de votre entreprise.

Environnement commercial

Fiches documentaires, profils économiques et profils par pays à jour, conseils sur les pratiques d'affaires, les lois et les réglementations commerciales en vigueur dans vos marchés cibles, statistiques, etc., le tout produit par les délégués commerciaux travaillant sur le terrain.

Foires commerciales

Listes détaillées des foires commerciales se rattachant à votre marché et à votre secteur qui vous aideront à construire votre réseau de relations et à former des alliances stratégiques.

Renseignements pour les visites

Tout ce dont vous avez besoin pour réussir votre voyage d'affaires sur votre marché cible, des conseils aux voyageurs d'affaires aux références de fournisseurs de services locaux, en passant par les interprètes, les représentants juridiques, les listes d'hôtels, etc.

CanadExport

Notre publication à l'intention des entreprises canadiennes et des délégués commerciaux du Canada en poste aux quatre coins du globe dans laquelle figurent des nouvelles commerciales, l'annonce de débouchés, des cas de réussite et des renseignements sur les foires commerciales susceptibles de vous intéresser.

The screenshot shows the website interface for the Virtual Commercial Delegate. It includes a top navigation bar with language options (English, Français) and search functions. The main content area is divided into several sections: 'MES MARCHÉS' (My Markets) with a grid of country options; 'ACCUEIL' (Welcome) with a personalized message; 'votre contact-cible' (Your Target Contact) featuring M. Brad Jones; 'QUOI DE NEUF?' (What's New?) with news snippets; 'RECHERCHE' (Search) with filters; 'MON PORTE-DOCS' (My Document Bag) with a list of documents; 'Outils d'EXPORTATION' (Exportation Tools) with a 'VÉRIF-EXPORT' button; 'ProEX-PORT' (ProEX-PORT) with a 'VÉRIF-EXPORT' button; 'Assurance-comptes clients' (Client Account Insurance) with a 'VÉRIF-EXPORT' button; and 'Prochaines étapes en ligne' (Next Steps Online) with a 'VÉRIF-EXPORT' button. On the right side, there are sections for 'Occasions d'affaires' (Business Opportunities), 'Événements et missions' (Events and Missions), 'Rapports de marché' (Market Reports), 'Actualités sectorielles' (Sector News), 'Environnement commercial' (Business Environment), 'Foires commerciales' (Trade Fairs), and 'Renseignements pour les visites' (Visit Information). The bottom of the page features logos for the Government of Canada, Agriculture and Agri-Food Canada, Commerce International Canada, and the Trade Commissioner Service, along with the EDC and CCC logos.

Découvrez les avantages de votre Délégué commercial virtuel. Pour vous y inscrire, rendez-vous à

www.infoexport.gc.ca