

La libéralisation du secteur ouvre une nouvelle ère

# Les télécommunications en Roumanie

Janvier 2003 pourrait être le début de l'ère des communications en Roumanie. Bien que les préparatifs soient en cours, la Roumanie aura besoin de l'investissement étranger pour financer la transition vers une économie de marché moderne axée sur le monde.

Le développement du secteur, qui progressait lentement, prend de la vitesse. Un certain nombre de signes indiquent que les forces du marché seront bientôt à l'œuvre : plus d'une vingtaine de licences pour la transmission de données sur des fréquences radio (RF) ont été délivrées; RomTelecom (l'opérateur national) et les fournisseurs de services internet locaux ont convenu d'abaisser les tarifs des services d'accès à l'internet; et RomTelecom a lancé son nouveau service de téléphonie mobile DCS-1800. Au fur et à mesure que des entreprises vont prendre la place des monopoles d'État sur le marché, le gouvernement de la Roumanie espère pouvoir attirer des investisseurs étrangers.

## Mobilité, le nouveau mot d'ordre

En 1999, la téléphonie mobile était l'étoile montante du secteur des télécommunications en Roumanie; le nombre des abonnés était de 1,4 million, ce qui représentait une augmentation de 110 % par rapport à l'année précédente. En fait, le taux de croissance prévu, entre 12 % et 15 %, est un des plus élevés en Europe.

**RomTelecom** — Même si un milliard de dollars américains ont été dépensés pour moderniser le réseau de RomTelecom, 19 % seulement des Roumains ont accès au service téléphonique régulier. La qualité du service demeure assez piètre, même d'après les nouvelles normes du marché, et la durée d'attente pour l'installation de nouvelles lignes est trois ans au moyen.

**Telemobil** — L'entreprise a lancé le service SunTel, utilisant la technologie mobile à faible puissance d'émission.

**MobiFon** — Parmi les actionnaires de l'entreprise, il y a l'entreprise canadienne TIW, Telesystem International Wireless (54,7 % des parts). À la fin de 2000, MobiFon comptait plus d'un million d'abonnés aux services de son réseau GSM Connex.

**MobilRom** — Fin 2000, l'entreprise comptait plus d'un million d'abonnés.

**CosmoRom** — Possédée et exploitée par RomTelecom, CosmoRom a lancé en mai 2000 son service DCS-1800. L'entreprise dispute à MobilRom le rang de chef de file de la téléphonie mobile en Roumanie.



## Câblodistributeurs branchés

Durant la dernière décennie, l'industrie locale a connu un succès phénoménal, les entreprises offrant une variété de services groupés, notamment la diffusion d'émissions, des services de transmission de données et l'accès à l'internet. Plus de 1 400 licences ont été délivrées, quelque 250 entreprises sont maintenant en activité et les ventes totalisent 100 millions de dollars américains, soit dix fois plus au cours des quatre dernières années. Près de la moitié des ménages roumains sont abonnés à la câblodistribution, moyennant des frais mensuels d'aussi peu que 3 \$US.

L'accès direct aux ménages favorisant une couverture nationale, les câblodistributeurs sont dans une position privilégiée pour accroître leur part du marché. Bien que le secteur soit rentable, l'investissement étranger est accueilli favorablement.

## Internet et transmission de données

En Roumanie, il en coûte cher d'utiliser l'internet : le coût d'un ordinateur personnel est si élevé que 3 % seulement des Roumains peuvent en avoir un et 20 heures de navigation coûte l'équivalent d'un tiers du salaire mensuel moyen.

Les fournisseurs indépendants offrent actuellement une variété de modes de service, notamment le service commuté, la location de ligne, le câble, la radiofréquence (RF).

## Téléphonie canadienne

**Connex (Mobifon SA)** — Pour la troisième année consécutive, l'entreprise canadienne Mobifon a été consacrée meilleure entreprise en activité en Roumanie par la revue mensuelle roumaine Business Central Europe. L'entreprise, qui exploite le réseau de téléphonie Connex, a plus d'un million d'abonnés et offre toute une gamme de services.

**Télélobe Inc.** — Après avoir travaillé pendant plus d'une vingtaine d'années avec des entreprises roumaines, Télélobe a ouvert un bureau local et offre toute une gamme de services par câble et par satellite.

**Data Trans Ltd.** — Financée par le Canada, cette entreprise conçoit des réseaux et distribue du matériel pour les réseaux et pour les communications dans toute la Roumanie et dans les pays voisins.

## Préparer l'avenir

Les grandes entreprises de télécommunications et les grandes entreprises de fabrication de matériel se préparent en vue de 2003. Elles accroissent leur infrastructure et elles restructurent leurs activités internes.

**Agentia de Telecomunicatii (CFR-ATCFR)** — a entrepris de moderniser son réseau de fibre optique.

**Radiocomunicatii** — exploite des systèmes du micro-onde et offre de nouveaux services pour être plus concurrentiel.

**Alcatel Network Systems Romania (ANSR)** — installe 650 000 nouvelles lignes numériques.

**Intrarom** — installe deux millions de lignes.

**Electromagnetica** — crée des coentreprises avec des entreprises étrangères.

**ICME Ecab** — est en train de moderniser ses installations de fibre optique.

**Ericsson** — fabrique cinq millions de téléphones cellulaires.

**Cisco Systems Inc.** — participe à de nombreux grands projets du secteur des communications, et fera partie des futures entreprises de commerce électronique.

**Pour plus de détails**, communiquer avec M<sup>me</sup> Corina Stanescu, adjointe commerciale, ambassade du Canada à Bucarest, tél. : (011-40-1) 307-5093, téléc. : (011-40-1) 307-5015, courriel : corina.stanescu@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/bucharest

(Voir la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)

— Suite de la page 1

de M. Richard Stein, président de la CSEA à l'époque. Par la suite, la séquence quasi classique d'activités de développement des marchés d'exportation s'amorce; l'ambassade du Canada à Moscou joue un rôle de premier plan à cet égard. Résultat : pour la première fois, des Russes commandent des porcs de reproduction canadiens.

## Tâter le terrain

La mission de prospection menée en avril par M. Richard Stein a permis d'accumuler de précieux renseignements sur le marché russe. « J'ai découvert d'énormes possibilités de coopération entre la Russie et le Canada dans le secteur de l'agroalimentaire. La Russie traverse actuellement une grave pénurie de viande, plus particulièrement de porc, dont l'origine est bien antérieure à l'épidémie de fièvre aphteuse de l'an dernier, explique M. Stein. Le cheptel de porc de la Russie est déjà 10 fois moins important qu'au début de la décennie précédente, ce qui fait que la viande coûte trop cher pour que le Russe moyen puisse se permettre d'en acheter ».

La sous-production chronique des éleveurs de porcs russes et le rôle moindre que jouent maintenant les fournisseurs européens font de ce marché, selon M. Stein, une occasion en or pour les éleveurs de porcs canadiens.

## « Les Russes débarquent! »

En plus de fournir un aperçu du marché, la mission de la CSEA a permis de conclure plusieurs accords qui prévoient l'examen d'éventuels débouchés commerciaux et de préparer une visite des Russes, qui s'est déroulée du 20 juin au 2 juillet 2001. Dans le cadre de cette mission, les membres de l'équipe russe ont rencontré 19 homologues de cette même industrie au Manitoba et en Ontario.

Les 11 membres de l'équipe russe étaient si impressionnés par le programme bien organisé de la CSEA qu'ils ont commandé 535 porcs de reproduction, dont la valeur totale s'élève à 750 000 \$.

## D'un marché à l'autre

Comment 535 porcs de reproduction canadiens se sont-ils retrouvés sur le marché russe? Selon M. Graham Rush, ministre-conseiller au commerce à l'ambassade du Canada à Moscou : « M<sup>me</sup> Marina Fomitcheva, à titre d'agente de la promotion commerciale, a joué un rôle fondamental tout au long de la transaction. Ses

efforts soutenus, notamment ses interventions opportunes et déterminantes pour les questions d'ordre vétérinaire, la logistique, la liaison avec la clientèle et la livraison des porcs par voie aérienne à sept destinations différentes, ont permis le succès de l'entreprise. »

# Succès en Russie

L'entente de trois mois a été amorcée en juillet et conclue à la fin de septembre, lorsque les porcs reproducteurs (mâles et femelles) ont été livrés à sept grandes sociétés russes à responsabilité limitée.

## Susciter l'intérêt

L'histoire de cette percée en matière d'exportation était un excellent outil pour promouvoir l'industrie du porc et les technologies agricoles canadiennes, à un point tel qu'elle a attiré l'attention de plusieurs grandes sociétés agricoles canadiennes, qui ont organisé d'elles-mêmes des missions de prospection en Russie.

Encore une fois, l'ambassade a aidé ces entreprises à prendre les dispositions nécessaires. Elle organise actuellement une série de colloques, financés par des intérêts privés, dans diverses régions de la Russie.

## Un nouveau chapitre

Comme tout le monde le sait dans l'industrie de l'agroalimentaire, l'exportation d'animaux reproducteurs crée d'autres possibilités d'exportation. En outre, comme le souligne M. Richard Stein, la Russie peut être considérée comme une porte vers d'autres marchés : « La Russie est un premier pas important vers les grands marchés du Caucase, de l'Asie centrale et même de la Chine, qui participe activement à l'établissement de relations commerciales avec les anciennes républiques soviétiques ». Dans cette optique, et en qualité de membre du Groupe de travail sur l'agriculture (GTA) Russie-Canada, M. Stein est devenu un chef de file de la promotion active des affaires en Russie.

Les entreprises suivantes œuvrent déjà en Russie : Chisholm, Jamesway Incubator Company, McCain, Maple Leaf, Export Packers, Conicor Group, KMK Management Inc. et Pacific Link Industries Ltd.

## Une leçon bien apprise

Voici le conseil que M. Stein offre aux

exportateurs canadiens qui s'intéressent à la Russie : « Quoi que vous fassiez, suivez les conseils de l'ambassade! Nous avons eu besoin de l'aide de l'ambassade à chaque étape du processus, du repérage des débouchés au dédouanement des animaux à la frontière russe. Sans l'aide de

l'ambassade pour aborder le marché russe, où les formalités administratives sont très nombreuses, je crois que nos 535 porcs seraient restés au pays. »

D'ailleurs, voici le commentaire qu'a formulé le plus souvent son homologue russe et que M. Stein n'oubliera pas : « Pourquoi les Canadiens ne sont-ils pas venus en Russie plus tôt? »

**Pour plus d'information**, communiquer avec M<sup>me</sup> Marina Fomitcheva, agente de promotion commerciale, ambassade du Canada à Moscou, tél. : (011-7-095) 956-6666, poste 3358, téléc. : (011-7-095) 232-9939, courriel : marina.fomitcheva@dfait-maeci.gc.ca

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) puis cliquer sur la rubrique « L'avantage Europe ».)



## Faites connaître votre entreprise à l'étranger!

Plus de 30 000 entreprises canadiennes sont membres de WIN. Et vous? WIN est une base de données confidentielle d'exportateurs canadiens et de leurs champs de compétence. Les délégués commerciaux en poste au Canada et à l'étranger utilisent WIN afin d'aider les entreprises-membres à pénétrer les marchés internationaux. Pour vous y inscrire, faites le 1 888 811-1119. Ou encore, visitez [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-vous en ligne.

