

Pour s'implanter sur le marché de l'Europe continentale, Newbridge a conclu des alliances commerciales avec des fournisseurs locaux qui lui ont apporté une identité locale et une bonne connaissance des questions nationales. Dans certains cas, il s'agissait de distributeurs qui fournissaient du matériel principalement au secteur privé, le plus souvent des produits des concurrents de Newbridge que cette dernière a généralement pu déloger. La première percée de la société sur le marché européen a été facilitée du fait qu'aucun de ses concurrents n'était européen, sauf en ce qui concerne les produits bas de gamme. Newbridge s'est également adjoint les services de distributeurs locaux qui étaient bien placés pour traiter avec les sociétés d'État responsables des télécommunications, par exemple, Italtel en Italie.

En prévision de l'ouverture des marchés qui surviendra en 1992, Newbridge a nommé deux distributeurs OEM à l'échelle de l'Europe, SEL Alcatel et AT&T Network Systems International, qui approvisionnent les grandes sociétés européennes responsables des télécommunications. Newbridge a, pour l'ensemble de l'Europe, une stratégie différente de celle qu'elle adopte pour chacun des différents pays. La société a réussi à établir des relations avec quelques-uns des plus gros fournisseurs du monde. C'est ainsi qu'elle a découvert qu'en raison de sa taille relativement petite, elle ne représentait pas une menace pour les grandes entreprises. Dans plusieurs cas, les premiers contacts ont été établis par les gros fournisseurs, qui voyaient les produits de Newbridge accaparer une part de plus en plus grande du marché.

7.3 Choix des distributeurs

Newbridge a participé à des foires commerciales et établi des contacts avec les distributeurs de ses concurrents afin de les convaincre d'opter pour ses propres produits. Pour choisir judicieusement les distributeurs, il est important de déterminer qui sont leurs clients actuels, quels produits ils vendent, s'ils sont prompts et efficaces à obtenir les approbations requises, etc.

7.4 Sources d'information et d'assistance

Dans les années qui ont suivi sa fondation, Newbridge a profité de l'aide fournie par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (missions, participation à des foires commerciales, etc.).

7.5 Principaux obstacles

Newbridge n'a pas rencontré d'obstacles importants, comme en témoigne la rapidité avec laquelle elle a percé le marché européen.

7.6 Présence en Europe

Newbridge Networks Limited est une filiale en propriété exclusive située au Royaume-Uni. Elle fabrique les produits Newbridge et est responsable de la vente directe au Royaume-Uni.

Rayonnant de sa base au Royaume-Uni, non seulement Newbridge passe pour une société britannique, mais elle peut participer aux programmes d'expansion du commerce mis en œuvre par le Royaume-Uni. Récemment, Newbridge s'est vu officiellement accorder le statut de société du Royaume-Uni lorsqu'elle a reçu le Prix de la Reine d'excellence à l'exportation.

Le soutien en matière de fabrication, de ventes et de génie pour les activités européennes est assuré à partir des bureaux du Royaume-Uni. Newbridge exploite également un centre d'assistance technique ouvert 24 heures sur 24 afin de venir en aide aux clients et distributeurs aux prises avec des problèmes techniques. La société est membre d'organismes d'homologation européens tels que l'Institut européen des normes de télécommunication.

7.7 Observations

Selon Simon Gibson, ancien vice-président adjoint, Communications publiques et Affaires internes, de Newbridge Networks Corporation, qui a récemment été muté au Royaume-Uni, c'est une erreur que d'essayer de vendre directement en Europe à partir du Canada, si le produit requiert beaucoup de soutien ou si l'entreprise désire bénéficier de stimulants fiscaux européens. M. Gibson croit également qu'il ne faut pas essayer de diriger les distributeurs européens directement à partir de l'Amérique du Nord. Il souligne l'importance d'adopter une stratégie de pénétration bien pensée.

Il a de plus indiqué qu'il était important de choisir judicieusement le siège des activités en Europe, en tenant compte de facteurs comme les principaux clients éventuels, les concurrents, la proximité des autres marchés éventuels, etc. Le Royaume-Uni est un des pays favoris des entreprises canadiennes, dont Newbridge. Les Pays-Bas, la Belgique, l'Irlande, la