

plan financier et matériel lorsqu'il s'agit d'introduire de nouveaux produits (frais de publicité, documentation promotionnelle de haute qualité, brochures et manuels en allemand, matériel d'exposition, matériel de démonstration, etc.).

Le marché autrichien est extrêmement concurrentiel, et des problèmes tels que le retard à répondre à une demande de renseignements peuvent facilement donner une affaire à un concurrent plus rapide. La commercialisation en Autriche, et tout particulièrement en Europe de l'Est et dans les pays du Tiers monde depuis l'Autriche, exige un faculté d'adaptation aux usages locaux.

## Marchés publics

Les avis d'appel d'offres sont lancés directement par les divers ministères autrichiens et bureaux des gouvernements provinciaux. La plupart de ces avis comportent une échéance de quatre semaines au plus. Cela peut constituer un problème, bien que le délai puisse être de six mois pour les produits ou services particulièrement complexes.

Les marchés passés par le gouvernement fédéral autrichien doivent respecter les normes nationales établies dans un document directif régissant les commandes passées par les autorités publiques. L'Autriche a signé l'accord du GATT relatif aux marchés publics en septembre 1981, et les entreprises canadiennes intéressées devraient maintenant avoir plus de facilité à participer aux appels d'offres.

## Publicité

On retrouve en Autriche les services et les médias auxquels on est habitué au Canada. Il existe un certain nombre de bonnes agences de publicité, mais toute activité en ce sens devrait d'abord être étudiée avec votre agent local. Bien que les gens d'affaires parlent l'anglais, la documentation promotionnelle devrait être rédigée en allemand pour commander l'attention qu'elle mérite et concurrencer les fournisseurs autrichiens et ceux des pays voisins (Allemagne de l'Ouest et Suisse).

## Situation financière des entreprises

La section commerciale de l'ambassade du Canada peut fournir, contre rémunération, des rapports sur la