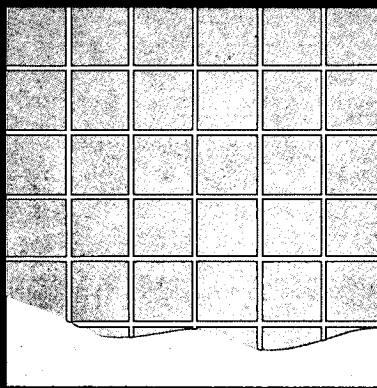


doc  
CA1  
EA  
88L52  
EXF  
vol. 2

27

DOCS  
CA1 EA 88L52 EXF  
vol. 2  
A look into the French market. --  
43250364



# ► Agriculture and Food Products

## Important market facts

- France is Europe's leading agricultural nation.
- French farmlands cover 31 million ha, which is 57.7 per cent of French territory and 31 per cent of the agricultural area in the European Economic Community (EEC).
- In 1985, agricultural products were valued at \$60.8 billion (52 per cent for livestock and 48 per cent for crops). Milk, cereals, fruit and vegetables, and wine constitute the major products.
- The agri-food sector is France's most important industrial sector. In 1985, turnover was estimated at \$108 billion. The agri-food sector includes the dairy and meat industries, grain by-products, beverages, alcohol and other products.
- In 1985, exports were valued at \$33.6 billion and imports at \$26.7 billion.
- France is the world's second largest exporter of agri-food products (15 to 20 per cent of its total exports, depending on the year), behind only the United States. Agri-food exports consist mainly of cereals and their by-products, wines and beverages, live animals, meat, milk, dairy products, fruits, vegetables and sugar.

## Market trends

- France's 1 170 000 farms are small, averaging only 26 ha. However, the number of farms is continually decreasing while the average area is increasing.
- The working population continues to decrease.
- In 1985, France imported about \$26.7 billion of agri-food products (12.5 per cent of its total imports). The main groups were live animals and meat, oil-seeds, fats and oils, tropical products, wines and beverages, and tobacco. About 60 per cent of imports came from other EEC countries.

## Canadian imports

- In terms of potential markets for Canadian exporters, France remains a relatively underdeveloped market for both agricultural and food products. In 1986, Canada exported only \$50 million worth of these products.
- The main exported products were wheat, mustard seed, horse meat, maple syrup products, giblets, vegetable and animal seeds, honey, blueberries, dry vegetables and forest mushrooms.

## Recommendations for Canadian exporters

- Several Canadian companies have concluded industrial co-operation agreements with French counterparts. These ventures offer many possibilities since France has developed a number of products and procedures that are relatively unknown in North America. They could prove interesting for Canadian companies wanting to diversify.
- The recent success of some Canadian products, such as smoked beef and frozen pizza, shows that Canadian products new to this market could be introduced.
- Certain agricultural products, such as the angora goat, could also find potential markets.
- In this sector, the EEC has set a number of technical standards which have been implemented by France. As in Canada, these standards control several aspects of production and marketing. It is important for exporters to adhere to the standards to penetrate not only the French market but all EEC countries which together represent some 320 million people.

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures

OCT 19 1988

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

43-250-367  
43-250-365

## Additional information

Contact Ron Davidson, regional  
officer for this sector, Canadian  
Embassy, Paris, France.  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

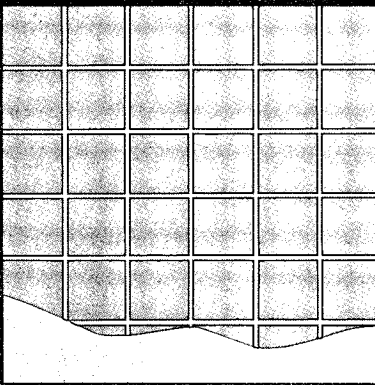
## Useful address

FIPA (Fédération des importateurs  
de produits alimentaires)  
171, avenue Victor Hugo  
75116 Paris  
Tel: (1) 47.27.19.06

## Trade exhibitions

Salon international de l'alimentation  
(SIAL)  
Paris: October 1988

Salon international de l'agriculture  
(SIA)  
Paris: yearly in March



# ► Construction and Civil Engineering

## Important market facts

- Construction and civil engineering markets involve equipment (investments) or maintenance (operations) and include building, industrial civil engineering, construction (roads, maritime works, railway lines, electrical networks, etc.).
- In 1983 these markets were valued at \$15.6 billion (27 per cent of total open markets).
- There is no significant foreign penetration because of the nature of the activity which is difficult to export, and because of the French firms' international position in this sector.
- Markets can be entered through adjudication (a method rarely used today), competitive bidding or negotiated contracts. Each of these legal procedures are publicized.

## Market trends

- The most important activities are urban equipment, energy and roads.
- In the next five years, the sector will experience a very small rate of growth (1.6 per cent per year), particularly in the civil engineering sector where there will be no growth.
- There will be a marked reduction in the operations of national corporations (down 4.5 per cent until 1991), particularly those in the energy sector where demands should decrease by 7.5 per cent per year.
- Major projects planned for this sector over the next five years:
  - the reprocessing of nuclear fuels from The Hague;
  - building the English Channel tunnel;
  - the construction of the TGV (HIGH-SPEED TRAIN) Atlantic;
  - building treatment plants along the French coastline;
  - setting up cable video-communications networks.

## Additional information

Contact Richard Lecoq, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

Association française de normalisation (AFNOR)  
Tour Europe  
92080 Paris-La Défense Cedex 7  
Tel: (1) 42.91.55.55

Centre scientifique et technique du bâtiment (CSTB)  
4, avenue du Recteur Poincaré  
75782 Paris Cedex 16  
Tel: (1) 45.24.43.02

Union des Groupements d'achats publics (UGAP)  
Tour Paris-Lyon  
209, rue de Bercy  
75585 Paris Cedex 16  
Tel: (1) 40.02.77.00



# ► Biotechnology

## Important market facts

- A few large industrial groups control biotechnology in France. Their turnover exceeds \$1 billion.
- Four types of companies are interested in biotechnology:
  - companies that have traditionally been involved in fermentation activities and now work in bioindustries;
  - companies with little or no involvement in bioindustries but which are interested in the development of biotechnologies and their new techniques;
  - companies with limited growth potential, but whose profits from traditional activities are considerable;
  - companies specializing in biotechnology. Even though these companies carry relatively little weight in the French industrial biotechnology sector, and they are outnumbered by their foreign counterparts, their emergence represents a genuine breakthrough.

- No figures are available for this sector because the largest pharmaceutical and chemical companies manufacture biotechnological products and their sales from these products are included in the total overall value of their exports.

## Market trends

- An increasing number of large-scale projects (such as BIO-EUROPE and TRANSIA) have been undertaken.
- Older companies have received new capital stock.
- Emergence of companies specializing in biotechnologies.

## Canadian imports

- There has been little foreign penetration in this sector because few foreign companies have established themselves in France to specifically develop biotechnological products.

## Recommendations for Canadian exporters

- Canadian firms should establish relations based on scientific and industrial co-operation with companies such as TRANSGENE, IMMUNOTECH, etc.

## Additional information

Contact Susan E. Harper, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful address

Mlle Geneviève de la Fouchardière  
BIOFUTUR  
15, rue Buffon  
75005 Paris

*This organization publishes monthly information on all the latest developments in biotechnology and is in touch with all companies working in this sector.*



# ▶ Chemical Products

## Important market facts

- There are some 1500 companies in the French chemical industry. With a turnover of \$63.7 billion in 1985, the chemicals market ranks second, after the automotive industry, among the manufacturing industries.
- Between 1970 and 1985, chemical production increased by 80 per cent while the industry as a whole grew by only 32 per cent.
- The French chemical industry generates 7 per cent of all industrial employment.
- Some of the most successful French companies include Rhône-Poulenc, Cdf Chimie, Atochem, Air Liquide, Oréal, E.M.C., Sanofi and Roussel-Uclaf.
- In 1986 production reached \$65.9 billion (up 3 per cent compared with 1985). Basic chemicals dropped by 1.5 per cent while paracheicals and pharmaceuticals increased by about 2 per cent.

## Market trends

- The French chemical industry is on the verge of significant change, which is necessary if it is to remain successful.
- Basic chemicals trade is growing substantially in France.

## Canadian imports

- Of the ten leading foreign firms established in France, three are from the United States (Dupont, Dow and Union Carbide), three are from Germany (Bayer, Hoechst and BASF), one is from Britain (ICI), one from Switzerland (Ciba), one from Italy (Montedison) and one from the Netherlands (DAS).
- There are no Canadian companies among the 25 leading foreign firms. (The smallest has a turnover of approximately \$100 million.)
- In 1985 Canada was France's 16th largest supplier and 18th biggest customer. That same year, Canada exported products worth \$120.2 billion which represents 0.6 per cent of total French imports in this sector (an increase of 11.2 per cent over 1984).
- The most important Canadian companies established in France are: EMCO Wheaton France, INCO, POLYSAR, Schenectady, DIVERSEY, Cabot, Sanisol.

## Recommendations for Canadian exporters

- Main business opportunities in the French market: the inorganic chemicals sector (oils and fuels, and inorganic materials such as hydroxides, peroxides, etc.); the organic chemicals sector (sugar, acyclic alcohol, plastic, synthetic resin,

etc.); paracheicals (dyes, paints, powders, explosives); and pharmaceuticals (glands, animal substances, etc.).

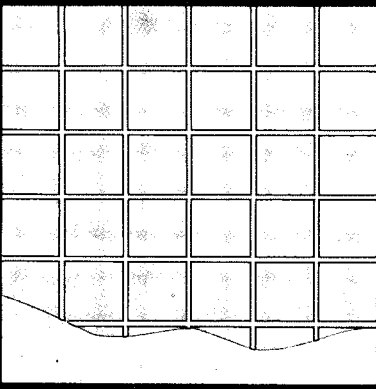
- The only way a producer can penetrate the French market is through an agent (importer-distributor). Setting up a subsidiary can be considered once a product has a significant market share. In both cases Canadian producers must be aggressive and, above all, determined to establish themselves in the market. While importers are eager to work with Canadians, they are increasingly reluctant to work only for a "one-shot" deal.

## Additional information

Contact Musto Mitha, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful address

Union des Industries Chimiques (U.I.C.)  
64, avenue Marceau  
75008 Paris  
Tel: (1) 47.20.56.03



# ▶ Defence and Aerospace Products

## Important market facts

- France is the world's 3rd largest manufacturer and exporter in these areas, behind the United States and the U.S.S.R.
- In 1985 this industry employed about 290 000 people (1.2 per cent of the work force) and accounted for 5.7 per cent of industrial production.
- The aeronautics and aerospace sectors (framework, engine blocks and equipment) consist of approximately 180 companies employing some 127 000 people.
- France estimates its share of world market exports to be 10 to 12 per cent (the United States and the U.S.S.R. control 70 per cent of this market).
- In 1986 exports in the aerospace sector represented 60 per cent of total production and reached \$8.6 billion (31.4 per cent for framework and aircraft, 18.9 per cent for engines and engine blocks, 15.3 per cent for weapons and missiles, 14 per cent for helicopters, 13.1 per cent for equipment and electronics, and 7.3 per cent for space).
- The French industry is made up of large internationally renowned companies such as Thomson-CSF, l'Aérospatiale, Avions Marcel Dassault-Breguet Aviation, Matra, Alcatel Espace, SNECMA and Turbomeca.
- Imports totalled about \$2.5 billion in 1985. The main foreign suppliers were the United States, West Germany, Italy and Britain.
- The open market (contract between government or government agency and a private supplier) is governed by the Open Market Act. The act ensures competition between suppliers and enforces established management and public finance principles.
- Open markets in the aerospace sector include mainly civil aeronautic construction and space construction (including satellites). In this sector, France has exported about \$10.4 million in goods and has imported mainly electronic equipment valued at around \$2.4 million.
- The main participants in open markets are the government (through departments), administrative or industrial companies, and local authorities.
- The Open Market Act is administered through various specialized agencies (the 'Commission centrale des marchés', for example). The act treats all companies the same, regardless of nationality.
- Open markets can be entered through adjudication or competitive bidding or through negotiated contracts. Each system represents about half of all open markets.
- In 1983 open markets turned over \$57.5 billion. The government controls about 33 per cent of this market and private companies slightly more than half. Contract amendments account for almost 10 per cent of the markets' value, the highest share coming from government which increasingly resorts to negotiated contracts without calls for tender (40 per cent of its markets). The ministries of defence and the post office, telegraph and telephone account for 82 per cent of government markets.
- French defence production is concentrated in these sectors: aerospace (34 per cent), electronics (29 per cent) and land armaments (17 per cent).
- Private industry controls only 7.5 per cent of French production. Of approximately \$10 million in public orders, only \$4 million go through the open market system. Imports, which represent around 10 per cent of public orders, mainly involve electronic material from the United States.



# ► Distribution

## Important market facts

- In 1984 this sector represented 25 per cent of companies in France, 11.8 per cent of the working population and 11 per cent of gross added values (\$85.5 billion).
- In 1985 favourable commercial circumstances led to an upward trend in business services, increased sales volume, greater employment and renewed investments.
- Distribution comprises two kinds of trade: wholesale trade (including the food sector, the non-food sector and the inter-industrial sector); and retail trade (more than 600 000 companies with a total turnover of \$257.3 billion were included in 1985).
- Many retail outlets such as department stores, chain stores and supermarkets are similar to those found in Canada.
- France has more than 500 purchasing co-operatives and each has its own operating policies. This has made it difficult to penetrate the distribution sector specializing in food products.

## Markets trends

- France has adopted modern concepts such as the 'hyper-marchés' (self-service stores that sell mainly food products and have product display areas exceeding 2 500 m<sup>2</sup>).
- Few foreign distribution groups are established in France. Their involvement is limited to department stores, chain stores, the mail-order business, large specialty stores and a few specialized shops.

## Canadian imports

- There are no Canadian companies in France in this sector. However, at least one large Canadian distribution group has recently established co-operative relations with a French counterpart.

## Recommendations to Canadian exporters

- There are many opportunities for Canadian exporters to co-operate both technically and commercially with French groups. Such partnerships are mutually advantageous because they can benefit from each other's experience and buying power without having to maintain costly infrastructures. It also allows them to develop a profitable flow of business.

## Additional information

Contact Jack Hourdeau, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

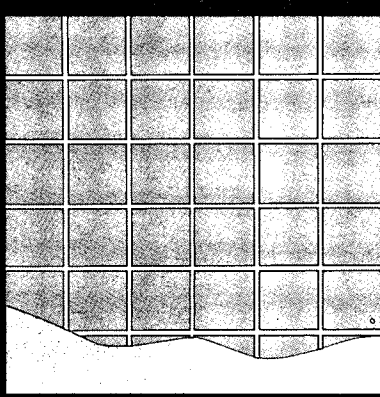
Conseil national du commerce  
53, avenue Montaigne  
75008 Paris  
Tel: (1) 42.25.01.25

Ministère du Commerce  
Direction du commerce intérieur  
41, Quai Branly  
75700 Paris  
Tel: (1) 45.50.73.84

## Other information

The Commercial and Economic Division of the Canadian Embassy in Paris has published a report on the sector entitled *Le commerce français au 1er janvier 1986*. This report and *Carte d'identité des centrales d'achat françaises*, another document on French purchasing co-operatives, are available on request.





# ► Machinery and Tools

## Important market facts

- The numerically controlled machine-tool sector represents 5 per cent of the sector in France, compared with 25 per cent in Germany and 55 per cent in Japan. It accounts for 62 per cent of all new equipment.
- This sector is subject to market fluctuations.

## Market trends

- Total reorganization of research departments and after-sales services.
- The overall situation is deteriorating: numerous filings of petitions.
- Some small- to medium-sized French businesses have been bought by foreign firms.

## Canadian imports

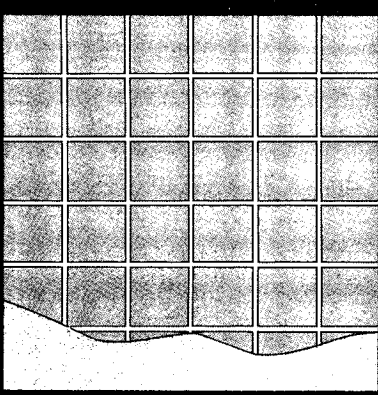
- Canadian exports to France are low. In 1986, Canada (with 0.04 of French imports) was 26th as a supplier of metal machine tools to France.
- Underdeveloped areas: welding material, gear-cutting machines, and grinding, lapping and buffing machines.
- Best-selling Canadian products in France: metal press brakes, hydraulic-control presses, wood lathes and non-electric chain saws.

## Additional information

Contact Guy Ladki, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France. Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Recommendations for Canadian exporters

- Leading sector: the laser.
- Sector with few potential markets: machining centres (because of Japanese competition).
- Declining sectors: milling machines, folding machines and punching machines.
- Joint ventures in robotics/mechanics are strongly recommended.
- Numerous potential markets in the numerically controlled machine-tool sector.



# ► Composite Materials

## Important market facts

- In 1985 the French composite materials market reached 142 000 t, ranking 4th behind the United States (975 000 t), Japan (260 000 t) and West Germany (215 000 t).
- In Europe, France ranks 2nd to West Germany in sophistication of its manufacturing processes, such as RIM (Reaction Injection Moulding). In France 68 per cent of compression moulding processes are highly technological, compared with 86 per cent for West Germany.
- Numerous companies use composite materials in various sectors (aeronautics, automotive, construction, sports and recreation, agricultural and industrial material, electrical, etc.).
- New materials are used mainly for military or aerospace applications (and are, therefore, sensitive). These materials have also contributed to impressive technological advances in weapons systems.
- The Japanese company Toray is a leading producer of ceramics and carbon fibres. In the second half of 1985, SOFICAR (a French affiliate of Toray) produced 300 t of carbon fibres in France.

## Market trends

- Annual projected growth in the sector until 1990 is about 6 per cent.

## Canadian imports

- Canada's presence in France is practically non-existent, except for the numerous contacts with research centres.
- There are a few small- to medium-sized businesses in France with a turnover of \$1 million to \$2 million that could provide a market slot for Canadian companies.

## Additional information

Contact Musto Mitha, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful address

Centre de promotion des composites  
65, rue de Prony  
75854 Paris Cedex 17  
Tel: (1) 47.63.12.59  
Telex: INPLAST 641636F



# ► Protection and Security Equipment

## Important market facts

- There are excellent opportunities for Canadian exporters who are almost totally absent from this sector.
- This market is largely open to imports (French producers cover only two-thirds of the market's needs).
- Electronic surveillance equipment use is limited (5 per cent in France, 7 per cent in Britain and 13 per cent in the United States).
- This market has grown at an annual rate of 25 per cent in the last five years and the growth rate is not expected to drop below 15 per cent per year.
- Compact materials or kits represent 25 per cent of the market.
- Merchants and artists constitute a very profitable market (they have had a 10 per cent increase in theft).
- A major problem in France is finding competent and well-trained fitters.
- Innovation: about 10 specialized department stores offer several makes of products.

## Market trends

- Decline in local-alarm systems market and rise in distance monitoring systems.
- Development of domotics.
- Development of security equipment market.

## Recommendations for Canadian exporters

- Canadian producers should adopt a collective, promotional approach (grouping).
- For products sold in kits (distributed by 'hypermarchés' such as Carrefour and Castorama) producers should adopt an advertising policy aimed at the public.
- Canadian producers can choose from four methods of distribution:
  - distributors;
  - independent fitters approved by APSAIRD;
  - specialized sales outlets; and
  - fitters or sales franchise outlets approved by APSAIRD.
- Franchising seems to be the best distribution method.

## Additional information

Contact Guy Ladki, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France. Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

APSAIRD (Assemblée plénière des sociétés d'assurance contre les incendies et les risques divers)  
11, rue Pillet Will  
75009 Paris

AFNOR (Association française de normalisation)  
Tour Europe Cotex 7  
92080 La Défense  
Paris  
Tel: (1) 47.78.13.26

### Companies to contact

ACTAR  
5, villa Thoreton  
75015 Paris  
Tel: (1) 45.58.46.10

APIEL  
5 bis, rue F. Buisson  
92110 Clichy  
Tel: (1) 42.70.98.99  
*Sells various types of electronic protection against theft.*

BERJAN S.A.  
67, rue de l'Assomption  
75016 Paris  
Tel: (1) 45.25.73.77  
Contact: Mr. Reseco, Manager  
*Searching for manufacturers of protection equipment for windows and shutters.*

DENY S.A.  
20, rue de l'Arc de triomphe  
75017 Paris  
Tel: (1) 46.22.25.89  
Contact: Mr. Lesaure, Customer Service  
*Manufactures locks. Searching for transfers of licences.*

FRANCE-ALARME  
108, rue Garibaldi  
94100 Saint Maur  
Tel: (1) 46.83.53.22  
Contact: A. Gautela  
*Theft, freeze warning and technical alarms. Searching for transfers of licences.*

ICA  
110, rue de Richelieu  
75002 Paris  
*Alarm panels. Searching for transfers of licences.*

SÉCURITÉ ET PROTECTION  
14, rue du Clos des Ermites  
92150 Suresnes  
Tel: 48.58.38.24

SYEL DISTRIBUTION  
69, avenue de la Division Leclerc  
92100 Anthony  
Tel: 46.68.51.02  
Contact: E. Sallenave

UBIKA  
104, rue de Rennes  
75006 Paris  
Tel: (1) 45.49.37.00  
*Operates a network of specialized sales outlets.*



# ► Medical Equipment and Supplies

## Important market facts

- In 1986 the French market for medical equipment and supplies was estimated at around \$2 billion. The turnover, with the exception of laboratory equipment, amounted to \$1.9 billion.
- The French biomedical industry manufactures the following categories of products:
  - emergency and first aid;
  - diagnostic;
  - therapeutic;
  - prosthetic;
  - orthopedic;
  - rehabilitation;
  - products for specialized use;
  - hygiene;
  - educational;
  - computers;
  - specialized equipment and furniture;
  - radiology.
- In 1985, 13.4 per cent of medical supplies were used in households.
- The French biomedical industry employs about 20 000 people in some 350 companies.

- The industry is based mainly in and around Paris, and to a lesser extent in the Rhône-Alpes region (Lyon) and the southwest (Toulouse).
- About 80 per cent of the manufacturers belong to SNITEM, the national trade union for the medical technology industry.
- For the safety of both consumers and patients, certain groups of medical materials must be approved by the Ministry of Health.
- Standards, which must be respected in public hospitals, are certified by AFNOR, a French certification agency.

## Market trends

- The French market is open to foreign products and there are virtually no marketing obstacles except technical restrictions for safety reasons.
- Foreign companies operating in France generally have well-organized commercial networks and after-sales services.
- The central purchasing office, UGAP, is used by many public hospitals that submit tenders. Competition for both materials and consumables is high.

## Canadian imports

- Foreign trade with Canada is in the developing stages: Canada imports only 3 per cent of its market (\$1 billion) from France. Total Canadian sales to all European Economic Community countries amount to only \$33 million.

## Recommendations for Canadian exporters

- Since some market areas have not been exploited by French manufacturers, there are potential markets for exporters, especially for new medical techniques. This situation makes it relatively easy to introduce new products.
- Laser techniques, endoscopy associated with microsurgery, and artificial limbs made with new materials are becoming increasingly important in this market.

## Additional information

Contact Musto Mitha, regional  
officer for this sector, Canadian  
Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

Ministère de la Santé  
8, avenue Segur  
75007 Paris  
Tel: (1) 40.56.40.58  
Contact: Mr. Waisbord, office 5D  
(licencing of medical material)

SNITEM (Syndicat national de  
l'industrie des technologies  
médicales)  
10, avenue Hoche  
75382 Paris Cedex 08  
Tel: (1) 45.63.02.00

UGAP (Union Le groupement  
d'achats publics)  
Tour Paris-Lyon  
209, rue de Bercy  
75012 Paris  
Tel: (1) 43.46.11.70  
Contact: Mr. Berthier



# ► Personal Computers

## Important market facts

### Hardware

- In 1985 France initiated a public-awareness program 'Computers for Everyone'. The success of this program helped many French companies land contracts.
- Large enterprises with considerable expenditures (based in Paris and including major French companies, multinationals and government).
- Small companies with limited budgets (located throughout the country and including business people and professionals).

### Software

- High demand.
- Large companies opt for well-known programs and their updates.
- Generally there is strong interest in software packages and their innovative applications.
- Most software is available in French.
- Since 1986 the demand has been high for the inexpensive programs tailored to companies' requirements (modified versions of well-known programs).

## Market trends

- Potential markets for networks (because of the absence of word processing systems and the appeal of personal computers and communications in general).
- Networks are not yet widely used.

## Additional information

Contact Susan E. Harper, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Publications

The following reports are available on request:

- The experiences of Canadian companies in France
- Survey of the personal computer market in France
- Market slots (CAD/CAM, individual electronic publishing)
- Profile of the main competitors (hardware)
- Profile of the main wholesalers (software)
- Profile of the main retailers (personal computers)
- Profile of the main distributors of peripheral devices
- Description of the 'Computers for Everyone' program



# ► Automotive Parts and Accessories

## Important market facts

- In 1986 there were 20.9 million vehicles on the road in France.
- Under a reorganization program, the parts and accessories market increased 9.2 per cent in 1985.
- Turnover for parts and accessories amounted to \$6.7 billion in 1985 (chassis parts: \$5.1 billion; engine parts: \$1.6 billion).
- Imports of parts and accessories have increased steadily (up 5.9 per cent).
- Imports of spare parts and accessories are free of tariff barriers.
- Quotas restrict the import of Japanese automobiles.

## Market trends

- Differentiation of two market sectors: captive parts (car manufacturers) and non-captive parts (manufacturers and suppliers).
- Equipment dealers want to further develop fast-moving parts; manufacturers want to maintain their captive market.

- Short term: manufacturers will emphasize the partnership concept with sub-suppliers and specialization (main parts).
- Long term: internationalization of the market.
- Collaboration between fitters and equipment dealers will be strengthened.

## Recommendations for Canadian exporters

- Market share opportunities: spare parts for drive shafts, crankshafts, bearings, clutches, transmissions and braking systems.
- Choice of supplier should be based on regard for technical specifications, quality-price relationship and proximity of supplier.
- Partnerships represent an ideal way to penetrate a market.
- The industries must inform their target markets of their capabilities.
- Canadian industries must propose a specific product corresponding to a particular function (cooling system, carburetor, transmission, etc.).

- Canadian industries must establish a marketing policy corresponding to overall product demand (brakes, clutches, etc.).
- The industries must select a way of establishing themselves; subsidies seem to be the best solution for the French market.
- Within five years, it is expected that a dozen 'Autocity' centres will open, offering customers self-service for automotive parts and accessories.

## Canadian imports

- Canada's share of imports amounted to 0.06 per cent of total French imports, or \$2.8 million.
- Components of Canadian imports (especially chassis parts and accessories):
  - friction fittings;
  - braking systems; and
  - transmission systems.
- Main Canadian imports: radiators and braking systems.



## Additional information

Contact Guy Ladki, regional officer  
for this sector, Canadian Embassy,  
Paris, France. Tel: (011.33.1)  
47.23.01.01.

## Useful addresses

Chambre syndicale des  
constructeurs d'automobiles  
2, rue de Presbourg  
78008 Paris  
Tel: (1) 47.23.54.05

Fédération des industries des  
équipements pour véhicules  
(FIEV)  
112-114, avenue Charles de Gaulle  
92522 Neuilly  
Tel: 46.37.06.36

Fédération des syndicats de la  
distribution automobile (FEDA)  
10, rue Pergolèse  
75782 Paris Cedex 16  
Tel: (1) 45.00.39.71

## Trade exhibitions

EQUIP'AUTO  
Salon international des industries  
d'équipement et d'entretien de  
l'automobile: October

Organizer:  
CEP  
7, rue Copernic  
75016 Paris  
Tel: (1) 45.05.14.37  
Telex: 620.990F



# ► Consumer Goods

## Important market facts

- France exports approximately \$25.1 billion in consumer goods (13.2 per cent of exports).
- Imports of consumer goods total about \$26.2 billion (13 per cent of imports).
- Major export sectors: pharmaceutical products, perfume and cosmetics, cleaning products and clothing.
- Major customers: European Economic Community countries, United States, Switzerland, Spain, Japan and overseas territories.
- Main imported consumer products: parapharmaceuticals, textiles, hosiery products and clothing.
- Weak Canadian penetration of the French market (\$133 million in the textile industries).

## Market trends

- One of France's most promising markets is recreation. It is the sector where demand is strongest.

## Recommendations for Canadian exporters

- Consumer products of interest: textiles, winter clothing, furs, sporting goods, costume jewelry, books, gifts and gadgets.
- Few potential markets for leather goods and household appliances.
- Direct activities towards sports equipment, sportswear, snow boots, recreational centres, etc.

## Additional information

Contact Jack Hourdeau, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

CIM (Comité de la mode)  
5, rue d'Anjou  
Paris  
Tel: (1) 42.65.50.42

Fédération française des industries du sport et des loisirs  
36, avenue Hoche  
75008 Paris  
Tel: (1) 42.25.24.37

Fédération française des industries nautiques  
Port de la Bourdonnais  
75007 Paris  
Tel: (1) 45.55.10.49  
Telex: 203963F

Fédération française des sports de glace  
42, rue du Louvre  
75001 Paris  
Tel: (1) 42.61.51.38

Fédération française du prêt-à-porter féminin  
5, rue Caumartin  
75009 Paris  
Tel: (1) 42.68.08.40  
Telex: 670880

GIH (Groupement des industries de l'habillement)  
2, rue Joux-Aigues  
31000 Toulouse  
Tel: (1) 65.52.28.18

MODOM (Comité de coordination des industries de la mode masculine)  
5, rue d'Anjou  
75008 Paris  
Tel: (1) 42.65.73.20

## Trade exhibitions

Salon nautique international  
Paris: January

Salon international du jouet  
Paris: January

Salon professionnel international  
des articles de sports d'hiver  
Grenoble: March

Salon du livre  
Paris: March

Salon international des industries  
de la fourrure  
Paris: March

SISEL-SPORTS  
Paris: September

Salon international de la pêche  
Nantes: September



# ► Fish Products

## Important market facts

- France consumes around one million tonnes of fish products annually. In 1984, 80 per cent of households bought 167 000 tonnes of fresh seafood which represents an average of 11 kg per person. By comparison, the average individual annual consumption of seafood products in North America is between 6 and 7 kg.
- With \$2.3 billion imports and only \$0.7 billion exports, domestic trade in fisheries products (including freshwater fish) cost France \$1.6 billion in 1986.
- Worldwide, France ranks between the 20th and 30th in maritime fishing.
- In the last 10 years, French maritime fishing production has stabilized at about 700 000 tonnes.
- Overall tonnage, which doubled during post-war years, is declining; since 1977 it has decreased by 30 per cent.
- France has several dozen fishing ports; Boulogne, Lorient and Concarneau are the most important. In 1985, fish from these three ports supplied almost one-third of the domestic market.

## Market trends

- French fishermen cannot supply the demands of this market. Moreover, since part of their fish harvest is exported, France must import even more to satisfy domestic demand.
- French maritime fishing does not have the industrial character found in other countries; it has retained the characteristics of a craft industry. In fact, most of the 9 000 boats in the French fishing fleet are less than 12 m long.

## Canadian imports

- France is Canada's second largest European customer (4 per cent of exports), after Britain.
- In 1985, Canada was France's 6th largest supplier in terms of value and the 2nd in volume.
- In 1986, Canada maintained, for the 9th consecutive year, its position as the world's leading exporter of frozen and processed fish. Of \$2.4 billion in exports, the European Economic Community (EEC), Canada's fastest growing foreign market, imported 15 per cent.

## Recommendations for Canadian exporters

- To increase exports to France, Canadian exporters must offer a greater variety of species, further develop their resources and be willing to diversify their markets.
- To market fish products in France, strict regulations set by the government, by the EEC or through common practice must be adhered to. Manufacturing dates, optimal dates of use, and lists of ingredients and additives must always be clearly indicated. Health regulations require that frozen products have certificates of origin attesting to the safety of the products, for customs inspection. Labelling regulations are also very strict.

## Additional information

Contact Pierre Laveau, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

Comité central des pêches  
maritimes  
11, rue Anatole de la Forge  
75017 Paris  
Tel: (1) 47.55.64.47

Secrétariat d'État chargé de la mer  
3, place de Fontenoy  
75007 Paris  
Tel: (1) 42.73.55.05

## Trade exhibitions

SIAL (Salon international de  
l'alimentation)  
27, rue du Général Foy  
75008 Paris  
Tel: (1) 42.94.41.00  
October 1988

Salon de la pêche, des industries  
et du commerce des produits de la  
mer et des cultures marines  
Nantes: September 1989

SEPIC  
17, rue d'Uzès  
75002 Paris  
Tel: (1) 42.33.88.77

Salon international des produits de  
la mer  
Information:  
B.P. 80  
29173 Douarnenez  
Tel: (1) 98.92.14.50



# ► Forest Products

## Important market facts

- France has the most important forest territory in the European Economic Community (14 million hectares).
- Three-quarters of French forests are privately owned.
- The forest-products industry employs some 500 000 people in 85 000 companies.
- This resource is the second worst sector in the country's balance of trade.
- France imports in the following proportions:
  - 40-50 per cent for wood pulp;
  - 25 per cent for paper-board; and
  - 25-30 per cent for timber.
- The volume of imports in 1986 amounted to 1.7 million m<sup>3</sup> of softwood and 1.1 million m<sup>3</sup> of tropical hardwood.
- Scandinavian countries dominate the import market.
- Canadian wood products have a reputation for high quality.

- Canadian pulp and rough softwood are exempt from customs tariffs. These exemptions also apply to newsprint and softwood plywood within tariff quotas.
- Basic forest products, timber and wood pulp are imported through specialized agents.

## Market trends

- The deficit in this sector is continually rising.
- The three main sectors in this market are construction, joinery, and do-it-yourself.
- The needs of the construction sector will increase only if related techniques are improved.
- In the joinery sector 63 per cent of window frames are still made of wood, but PVC (polyvinyl chloride) is increasing in popularity.
- The do-it-yourself sector is constantly increasing (turnover in 1985 was \$5.3 billion - 4 000 retail outlets).

## Recommendations for Canadian exporters

- Joinery: Canadian producers will have to offer softwood that is better suited to market needs (clear components suitable for a natural stained finish; with small sound knots suitable for a painted finish).
- Do-it-yourself: the sole opportunity is the delivery of rough sawn lumber to remanufacturing plants.
- Construction: other higher value components (sidings, panelling, shingles and shakes).
- The French market is in the process of opening up to higher added value components. Canadian producers will have to adapt to the new conditions.

## Additional information

Contact Chantal Balas, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

## Useful addresses

Centre technique du bois  
10, avenue de Saint-Mandé  
75012 Paris

COPACEL (Confédération française  
de l'industrie des papiers,  
cartons et cellulose)  
154, boulevard Haussmann  
75008 Paris

Fédération française du commerce  
du bois  
8, rue du colonel Moll  
75017 Paris

## Publications

*Le bois national* (magazine)  
3, rue Claude Odde  
42000 Saint-Étienne

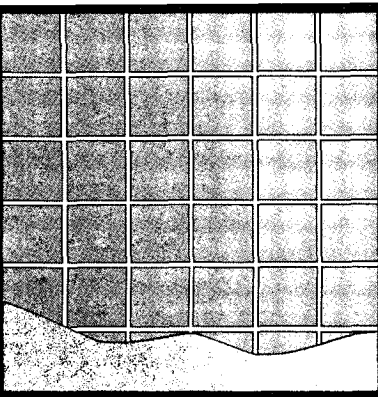
*Informations bois* (magazine)  
85, rue La Fayette  
75009 Paris

*Papier, carton, cellulose*  
23, rue Laugier  
75017 Paris

## Trade exhibitions

BATIBOIS  
Bordeaux: October 1988

BATIMAT  
Paris: December 1989



# ► Robotics

## Important market facts

- In 1985 France manufactured 4 150 industrial robots (ranking second in Europe).
- The major industries and areas where industrial robots are used include: automotive (29 per cent), mechanical (22 per cent), plastics (15 per cent), education and research (12 per cent), electrical, electronics and computers (6.5 per cent).
- Production distribution:
  - loading, handling, pallet (34 per cent);
  - point or spot welding (22 per cent);
  - arc welding (11.5 per cent);
  - assembly (11 per cent);
  - projection (6 per cent);
  - education and research (6 per cent).

## Market trends

- The rate of foreign penetration is steadily decreasing by 2 per cent annually. In 1985, 32 per cent of robots were procured from foreign sources.

## Additional information

Contact Guy Ladki, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France. Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.

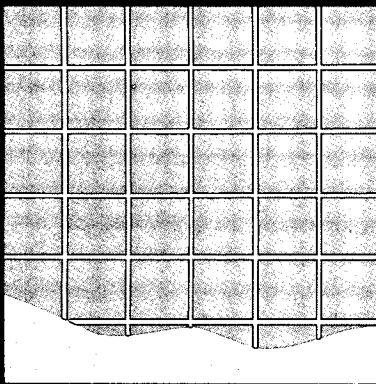
## Useful addresses

ADEPA (Agence nationale pour le développement productique appliquée à l'industrie)  
17, rue Périer, B.P. 54  
92123 Montrouge Cedex  
Tel: (1) 46.57.12.70  
Telex: 202.475 F

## Publications

*Journal de la robotique*  
74, rue Blanche  
75009 Paris  
Tel: (1) 42.85.08.98





# ► Telecommunications

## Important market facts

- After five years of substantial expansion (around 15 per cent yearly from 1980 to 1984) the rate of growth declined to only 4 per cent in 1985.
- The French telephone and industrial equipment market, which is related to the telecommunications market, is highly protected, especially since the decline in its rate of growth.
- In 1985 turnover for this sector was around \$4.6 billion, which represents an increase of only 3.6 per cent compared with 1984.
- In 1985 subscriptions to Minitel-Videotex increased by 21.6 per cent.
- Purchases of postal, telegraph and telephone (PTT) equipment, which accounted for 60 per cent of total turnover in 1981, decreased to less than 50 per cent in 1985.
- Exports in this sector represent about 24 per cent of turnover.
- There has been a decline in demand for domestic public facilities.

- Because of this sector's strategic importance, the French government is actively involved in many aspects of the international operations of most companies, from contract financing to political infiltration.
- Nationalization in this sector: Alcatel, subsidiary of CGE (General Electric Company) 1981-1982.
- There is intense protectionism of the French market.

## Market trends

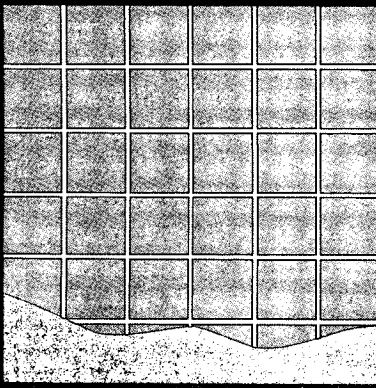
- According to statistics, French enterprises in the sector experienced a mediocre year in 1986.
- The industry as a whole continues to invest heavily in research and development and new equipment.
- In 1986 French firms directed their efforts toward international consortia, joint ventures and the diversification of electronic office equipment.
- To stimulate France's competitive position in the world market, the Minister of Industry and PTT has tried to liberalize the French market.

## Recommendations for Canadian exporters

- Potential markets exist for Canadian companies offering new products and interested in tendering jointly on markets in developing countries or in participating in research and development projects.

## Additional information

Contact Susan E. Harper, regional officer for this sector, Canadian Embassy, Paris, France  
Tel: (011.33.1) 47.23.01.01.



# ► Agro-alimentaire

## Faits importants sur le marché

- La France est la première nation agricole d'Europe.
- La surface agricole utilisée représente 31 millions d'hectares, soit 57,5 % du territoire français et 31 % de la surface agricole de la Communauté économique européenne (CEE).
- En 1985, l'ensemble de la production agricole a atteint une valeur de 60,8 milliards de dollars (52 % pour les ressources animales et 48 % pour les ressources végétales). Le bétail, le lait, les céréales, les fruits et légumes et le vin ont constitué les principales productions.
- Le secteur de l'agro-alimentaire est le plus important des secteurs industriels français. En 1985, son chiffre d'affaires était de 108 milliards de dollars. Le marché de l'agro-alimentaire se répartit entre l'industrie laitière, l'industrie de la viande, les produits issus de la transformation des grains, les boissons, alcools et autres produits.
- En 1985, les exportations se sont chiffrées à 33,6 milliards de dollars et les importations, à 26,7 milliards de dollars.
- La France est le 2<sup>e</sup> exportateur mondial de produits agro-alimentaires (soit de 15 à 20 % de ses exportations totales,

selon les années), loin derrière les États-Unis. Les exportations agro-alimentaires se composent principalement des céréales et produits dérivés, des vins et boissons, des animaux et viandes, du lait et des produits laitiers, des fruits et légumes, et du sucre.

## Tendances du marché

- Avec 1 170 000 exploitations agricoles d'une superficie moyenne de 26 hectares, la France demeure un pays de petite propriété, même si le nombre des exploitations ne cesse de diminuer et la superficie moyenne augmente constamment.
- La population active continue également à décroître.
- En 1985, la France a importé pour 26,7 milliards de dollars de produits agro-alimentaires, soit 12,5 % du total de ses importations. Les principaux groupes de produits importés étaient : animaux et viandes, oléagineux et corps gras, produits tropicaux, vins, boissons et tabac. Près de 60 % des importations provenaient des autres pays membres de la CEE.

## Importations canadiennes

- En termes de débouchés pour les exportations canadiennes, la France demeure un marché relativement sous-exploité autant en matière de produits agricoles qu'alimentaires. En 1986, le Canada n'a exporté que pour 50 millions de dollars de ces produits.
- Les principaux produits exportés étaient le blé, la graine de moutarde, la viande chevaline, les produits de l'érable, les abats, les semences végétales et bovines ainsi que le miel, les bleuets, les légumes secs et les champignons sylvestres.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Plusieurs sociétés canadiennes ont conclu des accords de coopération industrielle avec des contreparties françaises. De ce côté, il existe encore de nombreuses possibilités, car la France a développé bon nombre de produits et de procédés, peu ou pas connus au Canada et aux États-Unis, qui pourraient s'avérer des plus intéressants pour des sociétés canadiennes désireuses de se diversifier.
- Les succès récents enregistrés par certains produits canadiens, tels le bœuf mariné et les pizzas surgelées, confirment que plusieurs produits canadiens encore inconnus sur ce marché peuvent y effectuer une percée.

- Certains produits agricoles, comme la chèvre angora, peuvent également trouver des débouchés intéressants.
- Dans ce secteur précis, de plus en plus de normes techniques sont édictées par la CEE et appliquées par les autorités françaises. Tout comme au Canada, ces normes réglementent plusieurs aspects allant de la production jusqu'à la commercialisation. L'exportateur doit se rappeler que le respect de ces normes lui permettra non seulement de percer le marché français, mais également le marché beaucoup plus vaste de la CEE, qui compte 320 millions d'habitants.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Ron Davidson, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresse utile

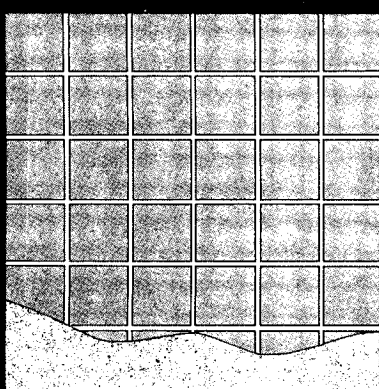
FIPA (Fédération des importateurs de produits alimentaires)  
171, avenue Victor Hugo  
75116 Paris  
Tél. : (1) 47.27.19.06

## Autres renseignements

### Salons :

Salon international de l'alimentation (SIAL)  
Paris, octobre 1988

Salon international de l'agriculture (SIA)  
Paris, en mars, chaque année



# ► Bâtiment et génie civil

## Faits importants sur le marché

- Les marchés publics bâtiment et génie civil (BGC) peuvent porter sur des travaux d'équipement (investissement) ou d'entretien (fonctionnement). Ils recouvrent des domaines ou des ouvrages tels bâtiment, génie civil industriel, ouvrage d'art (routes, ouvrages maritimes, voies ferrées, réseaux électriques, etc.).
- En 1983, les marchés BGC ont représenté une valeur d'environ 15,6 milliards de dollars, soit 27 % des marchés publics totaux.
- Pénétration étrangère négligeable, en raison de la nature de l'activité — qui est difficilement exportable — et de la position internationale des entreprises françaises dans ce secteur.
- La passation de marché peut se faire par adjudication (méthode peu utilisée aujourd'hui), par appel d'offres ou par marchés négociés. Chacune de ces procédures légales fait l'objet d'une publicité.

## Tendances du marché

- Les secteurs les plus importants sont l'équipement urbain, l'énergie et le réseau routier.
- Au cours des cinq prochaines années, la branche d'activité BGC aura une croissance faible (1,6 % par an), en particulier dans le secteur du génie civil qui aura une croissance nulle.
- Diminution nette des travaux des entreprises nationales (-4,5 % jusqu'en 1991), en particulier les compagnies œuvrant dans le domaine énergétique, où la demande pour des travaux BGC devrait diminuer de 7,5 % par an.
- Grands projets prévus dans ce secteur au cours des cinq prochaines années :
  - retraitement de combustibles nucléaires de La Hague;
  - réalisation du tunnel sous la Manche;
  - construction du TGV Atlantique;
  - réalisation de stations d'épuration sur le littoral;
  - mise en place de réseaux de vidéo-communication par câble.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Richard Lecoq, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

Association française de normalisation (AFNOR)  
Tour Europe,  
92080 Paris-La Défense Cedex 7  
Tél. : (1) 42.91.55.55

Centre scientifique et technique du bâtiment (CSTB)  
4, av. du Recteur Poincaré  
75782 Cedex 16  
Tél. : (1) 45.24.43.02

Union des Groupements d'achats publics (UGAP)  
Tour Paris-Lyon,  
209, rue de Bercy  
75585 Paris Cedex 16  
Tél. : (1) 40.02.77.00

# ► Biotechnologie

## Faits importants sur le marché

- En France, les biotechnologies sont l'apanage de quelques grands groupes industriels dont le chiffre d'affaires dépasse 1 milliard de dollars.
- Quatre types de sociétés s'intéressent aux biotechnologies :
  - les sociétés qui ont traditionnellement une activité de fermentation et qui sont présentes dans les bio-industries;
  - les sociétés peu ou pas présentes dans les bio-industries, mais qui se préoccupent du développement des biotechnologies pour leurs techniques nouvelles;
  - les sociétés dont les perspectives de croissance sont limitées, mais qui font beaucoup de bénéfices avec leurs activités traditionnelles;
  - les sociétés spécialisées en biotechnologie (S.S.B.). Même si leur poids relatif dans le tissu des biotechnologies industrielles françaises est encore bien modeste, et que leur nombre est encore beaucoup trop faible par rapport à leurs consœurs étrangères, il faut tout d'abord insister sur l'éclosion d'un véritable phénomène des S.S.B.

- Il n'existe pas réellement de chiffres dans ce secteur, car les sociétés qui fabriquent des produits biotechnologiques sont parmi les plus grandes compagnies pharmaceutiques et chimiques, et englobent donc dans leur chiffre d'affaires la totalité de leur part à l'exportation, sans distinction.

## Tendances du marché

- De plus en plus de projets à la fois réalistes et ambitieux (tels que BIO-EUROPE et TRANSIA) voient le jour.
- Les sociétés plus anciennes se sont par ailleurs vu doter de nouveaux fonds propres.
- Émergence des S.S.B.

## Importations canadiennes

- La présence étrangère dans ce secteur est difficile à percevoir, car presque aucune société étrangère ne s'est établie en France pour développer des produits spécifiquement bio-technologiques.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Pour les entreprises canadiennes, les relations devraient être axées dans le sens d'une coopération scientifique et commerciale avec les entreprises telles que TRANSGENE, IMMUNOTECH, etc.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Susan E. Harper, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresse utile

M<sup>lle</sup> Geneviève de la Fouchardière  
BIOFUTUR  
15, rue Buffon  
75005 Paris

*Cet organisme publie mensuellement des renseignements sur tous les nouveaux développements dans le domaine de la biotechnologie et est en contact avec toutes les sociétés œuvrant dans ce secteur.*



# ► Chimie

## Faits importants sur le marché

- L'industrie chimique française se compose de près de 1 500 entreprises. Avec son chiffre d'affaires de 63,7 milliards de dollars en 1985, le marché de la chimie se situe au 2<sup>e</sup> rang des industries manufacturières, après l'industrie automobile.
- Entre 1970 et 1985, la production chimique a progressé de 80 % alors que l'industrie dans son ensemble ne réalisait qu'une croissance de 32 %.
- L'industrie chimique française génère 7 % de tous les emplois industriels.
- Parmi les sociétés françaises les plus performantes, on retrouve Rhône-Poulenc, Cdf Chimie, Atochem, Air Liquide, Oréal, E.M.C., Sanofi et Roussel-Uclaf.
- En 1986, la production globale s'est élevée à 65,9 milliards de dollars (+3 % par rapport à 1985). La chimie de base a chuté fortement (-1,5 % en 1986), alors que la parachimie et la pharmacie ont progressé de près de 2 %.

## Tendances du marché

- La chimie française subira très bientôt de profondes mutations, qui sont nécessaires si elle veut rester parmi les industries les plus performantes.
- Le commerce chimique de base est en pleine croissance en France.

## Importations canadiennes

- Parmi les dix principales entreprises étrangères établies en France, trois proviennent des États-Unis (Dupont, Dow et Union Carbide), trois de l'Allemagne (Bayer, Hoechst et BASF), une du Royaume-Uni (ICI), une de la Suisse (Ciba), une de l'Italie (Montedison) et une des Pays-Bas.
- On ne compte aucune entreprise canadienne parmi les 25 premières entreprises étrangères, la moins performante de ces dernières ayant réalisé un chiffre d'affaires d'environ 100 millions de dollars.
- En 1985, le Canada était le 16<sup>e</sup> fournisseur de la France et son 18<sup>e</sup> client. Cette même année, le Canada a exporté pour 120,2 milliards de dollars, ce qui représentait 0,6 % des importations totales françaises (une augmentation de 11,2 % par rapport à 1984).
- Les entreprises canadiennes les plus importantes établies en France sont : EMCO Wheaton France, INCO, POLYSAR, Schenectady, DIVERSEY, Cabot, Sanisol.

## Renseignements supplémentaires :

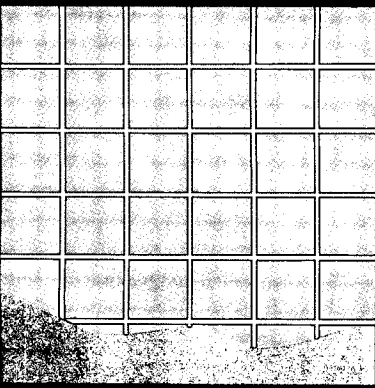
Communiquer avec Musto Mitha, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Principales occasions d'affaires sur le marché français : le secteur de la chimie minérale (huiles et combustibles, matières inorganiques, telles les hydroxides, peroxydes, etc.), le secteur de la chimie organique (sucres, alcools acycliques, plastiques, résines artificielles, etc.), le secteur de la parachimie (colorants, peinture, poudres, explosifs) et le secteur de la pharmacie (glandes, substances animales, etc.).
- Le choix d'un importateur-distributeur s'impose au producteur canadien qui cherche à pénétrer le marché français. La création d'une filiale n'est envisageable qu'une fois que le produit a pris une part considérable du marché. Quelle que soit la stratégie retenue, le producteur canadien doit se montrer dynamique et surtout manifester sa volonté de s'établir sur le marché. Les importateurs sont de plus en plus réticents à travailler « en spot », alors qu'ils ne demandent qu'à travailler avec les Canadiens.

## Adresse utile

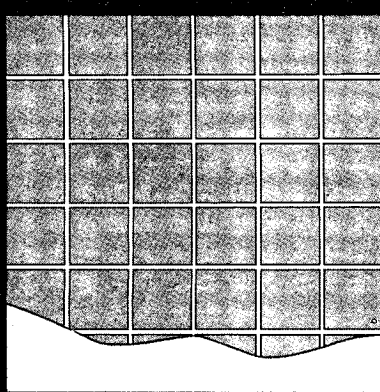
Union des Industries Chimiques (U.I.C.)  
64, avenue Marceau  
75008 Paris  
Tél. : (1) 47.20.56.03



# ► Défense et aérospatiale

## Faits importants sur le marché

- La France est le 3<sup>e</sup> fabricant et exportateur mondial dans ces domaines, après les États-Unis et l'URSS.
- En 1985, cette industrie employait environ 290 000 personnes (1,2 % de la main-d'œuvre totale) et représentait 5,7 % de la production industrielle.
- Les secteurs de l'aéronautique et de l'aérospatiale (carcasses, blocs moteurs et équipement) sont composés d'environ 180 sociétés employant environ 127 000 personnes.
- La France évalue sa part du marché mondial de l'exportation dans le domaine de la défense entre 10 et 12 %, les États-Unis et l'URSS détenant à eux deux 70 % du marché.
- En 1986, les exportations dans le secteur de l'aérospatiale ont représenté 60 % de la production totale et se sont élevées à 8,6 milliards de dollars, dont 31,4 % pour les carcasses et les avions, 18,9 % pour les moteurs et les blocs moteurs, 15,3 % pour les missiles et les armes, 14 % pour les hélicoptères, 13,1 % pour les équipements et l'électronique, et 7,3 % pour l'espace.
- L'industrie française est composée de grandes sociétés connues sur la scène internationale, telles que Thomson-CSF, l'Aérospatiale, Avions Marcel Dassault-Breguet Aviation, Matra, Alcatel Espace, SNECMA et Turbomeca.
- Les importations ont atteint environ 2,5 milliards de dollars en 1985. Les principaux fournisseurs étrangers sont les États-Unis, l'Allemagne de l'Ouest, l'Italie et la Grande-Bretagne.
- Le marché public (contrat passé par l'État ou par des organismes publics rattachés à l'État avec un fournisseur privé) est régi par le Code des marchés publics. Celui-ci a pour but d'assurer la concurrence entre fournisseurs et de faire observer les principes établis de gestion et de comptabilité publique.
- Les marchés publics dans le secteur de l'aérospatiale comprennent principalement la construction aéronautique civile et la construction spatiale (y compris les satellites). Dans ce secteur, la France a exporté pour 10,4 milliards de dollars et importé de l'équipement (principalement électronique) pour une valeur d'environ 2,4 milliards de dollars.
- Les intervenants publics sont principalement l'État (par l'entremise de ses différents ministères) et les établissements à caractère administratif ou industriel, ainsi que les collectivités locales.
- L'administration du Code des marchés publics est faite par différents organismes spécialisés (la Commission centrale des marchés, par exemple). Le Code des marchés publics ne distingue pas les entreprises selon leur nationalité.
- La passation des marchés peut se faire par adjudication, par appel d'offres (représente environ 50 % des marchés publics) ou par marchés négociés (représentent près de la moitié des marchés).
- En 1983, le montant total des marchés publics a été d'environ 57,5 milliards de dollars. L'État représente environ 33 % de ce marché et les entreprises publiques, un peu plus de la moitié. Les avenants comptent pour près de 10 % de la valeur des marchés, la part la plus élevée venant de l'État. Ce dernier recourt davantage au marché négocié, sans mise en concurrence (40 % de ses marchés). La défense et les P.T.T. assurent 82 % des marchés de l'État.
- La production française de défense est concentrée dans les secteurs de l'aérospatiale (34 %), l'électronique (29 %) et les armements terrestres (17 %).
- Seulement 7,5 % de la production française dans ce secteur est le fait de l'industrie privée. Sur environ 10 milliards de dollars de commandes publiques, seulement 4 milliards passent par le système des marchés publics. Quant aux importations, qui représentent environ 10 % des commandes publiques, elles semblent porter essentiellement sur le matériel électronique provenant des États-Unis.



# ► Distribution

## Faits importants sur le marché

- En 1984, ce secteur d'activité représentait en France 25 % des entreprises, 11,8 % de la population active et 11 % des valeurs ajoutées brutes (85,5 milliards de dollars).
- En 1985, la conjoncture a été favorable et on a noté une hausse de la production du service commercial et du volume des ventes, une amélioration de l'emploi, et une reprise des investissements.
- La distribution englobe deux genres de commerce : le commerce de gros (comprenant l'alimentaire, le non-alimentaire et l'inter-industriel) et le commerce de détail (en 1985, on comptait plus de 600 000 établissements qui ont réalisé 257,3 milliards de dollars de chiffre d'affaires).

- Plusieurs formes de commerce, telles les grands magasins, les magasins populaires et les supermarchés, sont semblables à celles que l'on retrouve au Canada.
- En plus du nombre de centrales d'achat en France (plus de 500), la difficulté de pénétrer le milieu de la distribution à dominante alimentaire est amplifiée par la très grande diversité des politiques de fonctionnement adoptées par chacune d'entre elles.

## Tendances du marché

- La distribution française a adopté des concepts très modernes comme les hypermarchés (magasins à libre-service, à dominante alimentaire, d'une surface de vente supérieure à 2 500 mètres carrés).
- L'établissement de groupes de distribution étrangers est très faible sur le territoire français. Il se limite aux grands magasins, aux magasins populaires, à la vente par correspondance, aux grandes surfaces spécialisées ainsi qu'à quelques boutiques spécialisées.

## Importations canadiennes

- Aucune société canadienne ne s'est établie en France pour œuvrer dans ce secteur. Par contre, au moins un grand groupe canadien de la distribution a établi récemment des relations de coopération avec un homologue français.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Il existe beaucoup de possibilités de coopération, tant techniques que commerciales, avec les groupes français. Une telle association est très avantageuse car elle permet d'une part, de profiter du pouvoir d'achat et de l'expérience du partenaire sans avoir à maintenir une infrastructure coûteuse, et, d'autre part, de développer éventuellement des flux commerciaux qui peuvent s'avérer très profitables.



## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Jack Hourdeau,  
agent responsable de ce secteur,  
Ambassade du Canada, Paris  
(France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

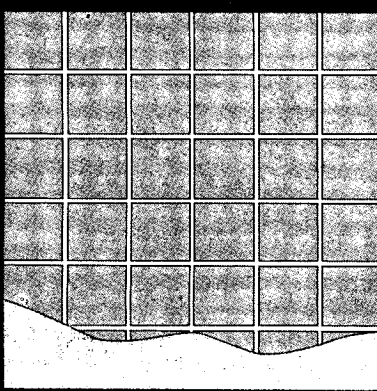
## Adresses utiles

Conseil national du commerce  
53, avenue Montaigne  
75008 Paris  
Tél. : (1) 42.25.01.25

Ministère du Commerce  
Direction du commerce intérieur  
41, Quai Branly  
75700 Paris  
Tél. : (1) 45.50.73.84

## Autres renseignements

La Division commerciale et économique de l'Ambassade du Canada à Paris a publié une étude approfondie du secteur intitulée *Le commerce français au 1<sup>er</sup> janvier 1986*. Cette étude, de même que *Carte d'identité des centrales d'achat françaises*, un autre document de présentation des centrales d'achat françaises, est disponible sur demande.



# ► Machinerie et machine-outil

## Faits importants sur le marché

- La machine-outil à commande numérique (M.O.C.N.) représente 5 % du parc en France, contre 25 % en Allemagne de l'Ouest et 55 % au Japon. Elle compte pour 62 % de l'ensemble des équipements nouveaux.
- Ce secteur est sujet à des fluctuations.

## Tendances du marché

- Nette restructuration des bureaux d'étude et des services après-vente.
- Dans l'ensemble, la situation est dégradée : nombreux dépôts de bilan.
- Certaines PME françaises sont rachetées par des sociétés étrangères.

## Importations canadiennes

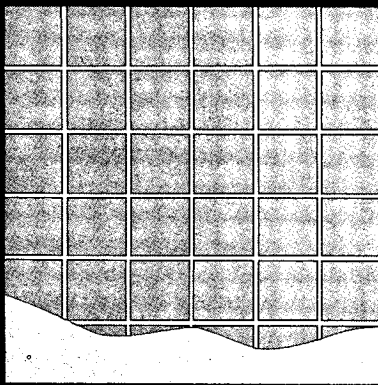
- Les exportations canadiennes vers la France sont trop peu développées. En 1986, le Canada, avec 0,04 % des importations françaises, est le 26<sup>e</sup> fournisseur de la France en machines-outils à métaux.
- Secteurs faiblement représentés : matériel de soudage, machines à tailler les engrenages, machines à rectifier, à roder et à polir.
- Ventes canadiennes à la France les plus régulières : presses plieuses à métaux, à commande hydraulique, machines-outils à bois et scies à chaîne à moteur non électrique.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Secteur de pointe : le laser.
- Secteur offrant peu de débouchés : centres d'usinage (en raison de la concurrence japonaise).
- Secteurs en régression : fraiseuses, plieuses, poinçonneuses.
- Les coentreprises robotique-mécanique sont fortement conseillées.
- Beaucoup de débouchés dans le secteur de la M.O.C.N.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Guy Ladki, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.



# ► Matériaux composites

## Faits importants sur le marché

- En 1985, le marché français des composites a atteint 142 000 tonnes, ce qui le place au 4<sup>e</sup> rang mondial après l'Allemagne de l'Ouest (215 000 t), le Japon (260 000 t) et les États-Unis (975 000 t).
- En ce qui concerne la maturité des procédés de fabrication, entre autres le RIM (*Reaction Injection Moulding*) ou encore le moulage à la presse, la France se place également en 2<sup>e</sup> position avec 68 % des procédés hautement technologiques contre 86 % en Allemagne de l'Ouest.
- Un grand nombre de sociétés utilisent ce matériau touchant plusieurs secteurs (aéronautique, automobile, bâtiment, sports et loisirs, matériels industriels et agricoles, électricité, etc.).
- Nouveaux matériaux principalement à usage militaire ou spatial (donc sensibles). Mais ce sont également de véritables verrous technologiques dans les systèmes d'armement.

- Il faut surtout noter la présence du japonais Toray dans le domaine des céramiques et fibres de carbone. En effet, au 2<sup>e</sup> semestre de 1985, SOFICAR (Société des fibres de carbone et associée à Toray) a produit en France 300 tonnes de fibres de carbone.

## Tendances du marché

- Une croissance annuelle du marché des fibres de l'ordre de 6 % est prévue jusqu'en 1990.

## Importations canadiennes

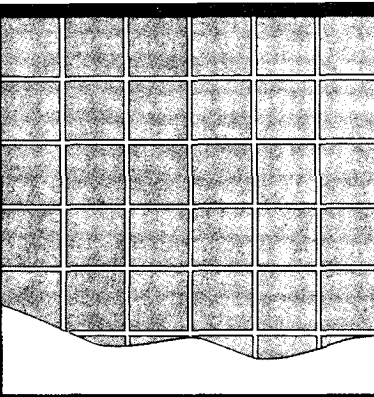
- Pour l'instant, la présence canadienne en France n'existe quasiment pas, en dehors de nombreux contacts au niveau de différents centres de recherche.
- Il existe en France quelques PME ayant un chiffre d'affaires de 1 à 2 millions de dollars qui pourraient fournir un créneau aux sociétés canadiennes.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Musto Mitha, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01

## Adresse utile

Centre de promotion des composites  
65, rue de Prony  
75854 Paris Cedex 17  
Tél. : (1) 47.63.12.59  
Télex : INPLAST 641636F



# ► Matériel de sécurité et d'alarme

## Faits importants sur le marché

- Ce marché présente d'excellents débouchés pour les exportateurs canadiens, où ils sont presque absents.
- Ce marché est très ouvert aux importations (les producteurs français ne comblent que les deux tiers des besoins).
- L'équipement en matériel de surveillance électronique est très limité : 5 % en France, contre 7 % en Grande-Bretagne et 13 % aux États-Unis).
- Ce marché est en croissance de 25 % par an depuis 5 ans (cette cadence ne devrait pas descendre en dessous de 15 % par an).
- Les matériels compacts ou les trousseaux représentent 25 % du marché.
- Les commerçants et les artisans constituent un marché très rentable (recrudescence des vols de 10 %).
- Problème majeur en France : trouver des installateurs compétents et bien formés.
- Innovation : une dizaine de grands magasins spécialisés proposent plusieurs marques de produits.

## Tendances du marché

- Baisse sur le marché des systèmes d'alarme locaux et augmentation dans celui des systèmes de contrôle à distance.
- Augmentation de la domotique.
- Augmentation du marché de l'alarme.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Les producteurs canadiens devraient adopter une approche collective et promotionnelle (groupement).
- Pour les produits sous forme de trousseaux (distribués par les hypermarchés genre Carrefour et Castorama), il faudrait adopter une politique de communication grand public.
- Pour la distribution, l'exportateur canadien a le choix entre quatre modes divers :
  - distributeurs;
  - installateurs indépendants agréés APSAIRD;
  - points de vente spécialisés;
  - installateurs ou points de vente en franchise agréés APSAIRD.
- La franchisation semble être la formule qui fonctionne le mieux.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Guy Ladki, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

*Les prescriptions APSAIRD peuvent être obtenues à l'adresse suivante :*

APSAIRD (Assemblée plénière des sociétés d'assurance contre les incendies et les risques divers)  
11, rue Pillet Will  
75009 Paris

*Les normes AFNOR (Association française de normalisation) peuvent être obtenues auprès de l'AFNOR*  
Tour Europe Cotex 7  
92080 La Défense  
Paris  
Tél. : (1) 47.78.13.26

## Entreprises à contacter

Actar  
5, villa Thoreton  
75015 Paris  
Tél. : (1) 45.58.46.10

Apiel  
5 bis, rue F. Buisson  
92110 Clichy  
Tél. : 42.70.98.99

*Distribue diverses marques de protection électronique contre le vol.*

Berjan S.A.  
67, rue de l'Assomption  
75016 Paris  
Tél. : (1) 45.25.73.77

Personne-contact : M. Reseco,  
gérant  
*Cherche des fabricants de protections pour fenêtres et volets.*

Deny S.A.  
20, rue de l'Arc de triomphe  
75017 Paris  
Tél. : (1) 46.22.25.89

Personne-contact : M. Lesaure, responsable des dossiers gros clients.  
*Fabrique des serrures. Recherche cessions de licence.*

France-alarme  
108, rue Garibaldi  
94100 Saint Maur  
Tél. : 46.83.53.22

Personne-contact : M. A. Cautela  
*Alarme vol, alarme froid, alarme technique. Recherche cessions de licences.*

I.C.A.  
110, rue de Richelieu  
75002 Paris  
*Centrales d'alarme et alarmes. Recherche cessions de licences.*

Sécurité et protection  
14, rue du Clos des Ermites  
92150 Suresnes  
Tél. : 48.58.38.24

Syel distribution  
69, av. de la Division Leclerc  
92100 Anthony  
Tél. : 46.68.51.02  
Personne-contact : E. Sallenave

Ubika  
104, rue de Rennes  
75006 Paris  
Tél. : (1) 45.49.37.00  
*Détient un réseau de points de vente spécialisés.*

# ► Matériel médical

## Faits importants sur le marché

- En 1986, le marché français du matériel médical a été évalué à environ 2 milliards de dollars. Le chiffre d'affaires, matériel de laboratoire non inclus, s'est élevé à 1,9 milliard de dollars.
- L'industrie biomédicale française fabrique les grandes classes de produits suivantes :
  - urgence et premiers soins;
  - diagnostic;
  - thérapeutique;
  - suppléance fonctionnelle;
  - orthopédie;
  - rééducation fonctionnelle;
  - usage unique;
  - hygiène;
  - ingénierie;
  - informatique;
  - mobilier spécialisé;
  - radiologie.
- La consommation médicale représentait, en 1985, 13,4 % de la consommation totale des ménages.
- L'industrie biomédicale française compte environ 350 entreprises employant près de 20 000 personnes.
- Cette industrie est géographiquement concentrée principalement dans la région parisienne et, à un degré moindre, dans la région Rhône-Alpes (Lyon) et dans le sud-ouest (Toulouse) de la France.

- Environ 80 % des fabricants font partie du Syndicat national de l'Industrie des technologies médicales (SNITEM).
- Afin d'assurer la sécurité des utilisateurs et des patients, certaines catégories de matériels peuvent être soumises à une procédure d'homologation du ministère de la Santé.
- Le respect des normes est obligatoire dans le domaine de l'hospitalisation publique et peut conduire à une certification de l'AFNOR (Association française de normalisation).

## Tendances du marché

- Le marché français est ouvert aux produits étrangers, ceux-ci n'étant sujets à aucune barrière à l'exception des barrières techniques exigées pour la sécurité.
- Les sociétés étrangères établies en France disposent en général de réseaux commerciaux et de services après-vente bien implantés.
- L'U.G.A.P. (Union Le groupement d'achats publics) est la centrale d'achat utilisée par beaucoup d'hôpitaux publics qui procèdent par appel d'offres. La concurrence est très vive tant pour le matériel que pour les produits consommables.

## Importations canadiennes

- Le commerce extérieur avec le Canada est « embryonnaire » car le Canada n'importe de la France que 3 % de son marché (1 milliard de dollars). Il ne vend que pour 33 millions de dollars à tous les pays de la CEE : voilà à quel point les importations françaises du Canada sont faibles.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Certains créneaux du marché ne sont pas couverts par des fabricants français. Il existe donc des débouchés pour les exportateurs, notamment au niveau des nouvelles techniques médicales permettant une ouverture relativement facile à un nouveau produit.
- Les techniques lasers, l'endoscopie associée à la microchirurgie et les prothèses fabriquées à l'aide de matériaux nouveaux jouent un rôle de plus en plus important dans ce marché.

## Renseignements supplémentaires :

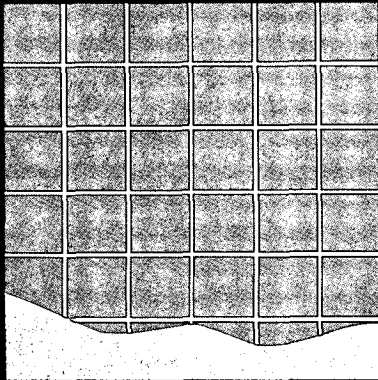
Communiquer avec Musto Mitha,  
agent responsable de ce secteur,  
Ambassade du Canada, Paris  
(France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

Ministère de la Santé  
8, avenue Ségur  
75007 Paris  
Tél. : (1) 40.56.40.58  
Personne-contact : M. Waisbord,  
responsable, bureau 5D (homologa-  
tion du matériel médical)

S.N.I.T.E.M. (Syndicat national de  
l'industrie des technologies  
médicales)  
10, avenue Hoche  
75382 Paris Cedex 08  
Tél. : (1) 45.63.02.00

U.G.A.P. (Union Le groupement  
d'achats publics)  
Tour Paris-Lyon  
209, rue de Bercy  
75012 Paris  
Tél. : (1) 43.46.11.70  
Personne-contact : M. Berthier



# ► Micro-ordinateurs

## Faits importants sur le marché

### L'équipement

- En 1985, la France a lancé « Informatique pour tous », un programme d'éducation qui a porté ses fruits et permis à de nombreuses firmes françaises d'obtenir des contrats.
- Grosses compagnies avec budgets d'exploitation très importants (entreprises concentrées sur Paris; importantes compagnies françaises, multinationales et gouvernement).
- Petites compagnies avec budgets d'exploitation moindres (entreprises disséminées un peu partout dans l'hexagone; commerçants et professionnels).

### Les logiciels et les progiciels

- Demande en général importante.
- Grosses compagnies s'en tiennent aux progiciels connus et à leur mise à jour.
- Intérêt marqué en général pour les logiciels et leurs applications novatrices.

- La plupart des logiciels sont disponibles en français.
- Depuis 1986, les programmes bon marché destinés aux entreprises sont en grande demande (versions modifiées des programmes connus).

## Les réseaux

- Potentiel de débouchés pour les réseaux (en raison de l'absence de systèmes de traitement de texte et de l'attrait qu'exercent les ordinateurs personnels et les communications en général).
- Les réseaux ne sont pas encore communément acceptés.

## Ouvrages

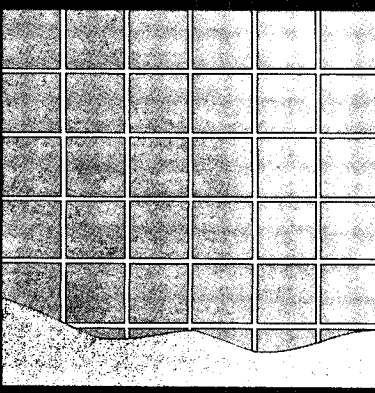
Il est possible de se procurer les rapports suivants sur demande :

- *L'expérience de compagnies canadiennes en France*
- *Aperçu du marché des ordinateurs personnels en France*
- *Créneaux (CAO/FAO, édition électronique individuelle)*
- *Aperçu des principaux concurrents (équipement)*
- *Aperçu des principaux grossistes (logiciels)*
- *Aperçu des principaux revendeurs (ordinateurs personnels)*
- *Aperçu des principaux distributeurs de périphériques*
- *Description du programme « Informatique pour tous »*

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Susan E. Harper, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.





# ► Pièces et accessoires automobiles

## Faits importants sur le marché

- En 1986, le parc automobile roulant français comprenait 20,9 millions de véhicules.
- Grâce à un programme de restructuration, le marché des pièces et accessoires a connu une croissance de 9,2 % en 1985.
- Le chiffre d'affaires pour les pièces et accessoires était de 6,7 milliards de dollars en 1985 (pièces de carrosserie : 5,1 milliards; pièces de moteur : 1,6 milliard).
- Les importations de pièces et accessoires ont progressé régulièrement (+ 5,9 %).
- Il n'y a pas de barrières tarifaires à l'importation de pièces détachées et d'accessoires.
- Des quotas limitent les importations de véhicules japonais.

## Tendances du marché

- Différenciation de deux secteurs dans le marché : pièces captives (constructeurs automobiles) et pièces concurrencées (constructeur et fournisseur).
- Les équipementiers veulent mettre au point les pièces banalisées; les constructeurs veulent maintenir leur marché captif.

- Court terme : les constructeurs vont mettre l'accent sur le partenariat avec les sous-traitants et sur la spécialisation (pièces maîtresses).
- Long terme : internationalisation du marché.
- La collaboration entre assembleurs et équipementiers va se trouver renforcée.

## Importations canadiennes

- La part canadienne des importations s'élevait à 0,06 % du total des importations en France, soit 2,8 millions de dollars.
- Composantes des importations canadiennes (surtout pièces et accessoires de carrosserie) :
  - garnitures de friction;
  - organes de freinage;
  - organes de transmission et divers.
- Principales importations canadiennes actuelles : radiateurs et équipement de freinage.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Parts du marché à conquérir : pièces détachées d'arbres de transmissions, vilebrequins, coussinets, embrayages mécaniques, boîtes de vitesse complètes et organes de freinage.

- Critères de choix d'un fournisseur : respect du cahier des charges (plan technique), rapport qualité-prix, proximité du fournisseur.
- Le partenariat représente une voie royale pour prendre position sur le marché de la première monte.
- Les industries doivent informer leur marché cible de leurs capacités.
- Les industries canadiennes doivent proposer des produits spécifiques correspondant à des fonctions précises (refroidissement, carburation, transmission, etc.).
- Les industries doivent instaurer une politique de marketing correspondant à la demande des produits en ensemble (freinage, embrayage).
- Les industries doivent choisir un mode d'implantation (pour le marché français, la filiale semblerait la meilleure solution).
- D'ici cinq ans, on prévoit l'ouverture d'une quinzaine de centres « Autocity » comportant des libres-services de pièces et d'accessoires automobiles.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Guy Ladki,  
agent responsable de ce secteur,  
Ambassade du Canada, Paris  
(France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

Chambre syndicale des  
constructeurs d'automobiles  
2, rue de Presbourg  
78008 Paris  
Tél. : (1) 47.23.54.05

Fédération des industries des  
équipements pour véhicules  
(FIEV)  
112-114, avenue Charles de Gaulle  
92522 Neuilly Cedex  
Tél. : 46.37.06.36

Fédération des syndicats de la  
distribution automobile (FEDA)  
10, rue Pergolèse  
75782 Paris Cedex 16  
Tél. : (1) 45.00.39.71

## Autres renseignements

### Salons :

EQUIP'AUTO  
Salon international des industries  
d'équipement et d'entretien de  
l'automobile (en octobre)  
Organisateur :  
CEP  
7, rue Copernic  
75016 Paris  
Tél. : (1) 45.05.14.37  
Télex : 620.990F



# ► Produits de consommation

## Faits importants sur le marché

- Les exportations de biens de consommation représentent, en France, environ 25,1 milliards de dollars (13,2 % des exportations françaises).
- Les importations de biens de consommation représentent environ 26,2 milliards de dollars (13 % des importations françaises).
- Principaux secteurs d'exportation : produits pharmaceutiques, parfumerie, produits d'entretien, produits textiles, habillement.
- Principaux clients : pays de la Communauté économique européenne, États-Unis, Suisse, Espagne, Départements et Territoires d'outre-mer (D.O.M.-T.O.M.), Japon.
- Principaux produits de consommation importés : parapharmacie, textiles, produits de la bonneterie, habillement.
- Faible pénétration canadienne du marché français : 133 millions de dollars dans les industries textiles.

## Tendances du marché

- Le marché des loisirs en France est des plus prometteurs. C'est dans ce secteur que la demande est la plus forte.

## Perspectives pour les entreprises canadiennes

- Produits de consommation d'intérêt pour le Canada : textiles, vêtements d'hiver, fourrures, articles de sport, bijoux de fantaisie, livres cadeaux et gadgets.
- Peu de débouchés pour la maroquinerie et l'électroménager.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Orienter les activités vers les équipements sportifs, les vêtements de sport, les bottes de neige, les centres récréatifs, etc.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Jack Hourdeau, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris, (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

CIM (Comité de la mode)  
5, rue d'Anjou  
Paris  
Tél. : (1) 42.65.50.42

Fédération française des industries du sport et des loisirs  
36, avenue Hoche  
75008 Paris  
Tél. : (1) 42.25.24.37

Fédération française des industries nautiques  
Port de la Bourdonnais  
75007 Paris  
Tél. : (1) 45.55.10.49  
Télex : 203963F

Fédération française des sports de glace  
42, rue de Louvre  
75001 Paris  
Tél. : (1) 42.61.51.38

Fédération française du prêt-à-porter féminin  
5, rue Caumartin  
75009 Paris  
Tél. : (1) 42.68.08.40  
Télex : 670880

GIH (Groupement des industries de l'habillement)  
2, rue Joux-Aigues  
31000 Toulouse  
Tél. : 65.52.28.18

MODOM (Comité de coordination des industries de la mode masculine)  
5, rue d'Anjou  
75008 Paris  
Tél. : (1) 42.65.73.20

## Autres renseignements

### **Salons :**

Salon nautique international  
Paris, janvier

Salon international du jouet  
Paris, janvier

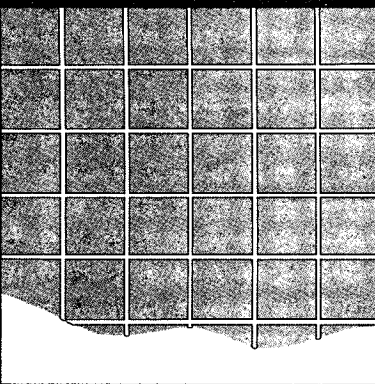
Salon professionnel international  
des articles de sports d'hiver  
Grenoble, mars

Salon du livre  
Paris, mars

Salon international des industries  
de la fourrure  
Paris, mars

SISEL-SPORTS  
Paris, septembre

Salon international de la pêche  
Nantes, septembre.



# ► Produits de la pêche

## Faits importants sur le marché

- La France consomme environ un million de tonnes de produits de la mer par an. En 1984, 80 % des ménages ont acheté un total de 167 000 tonnes de poissons de mer frais, chaque acheteur ayant consommé une moyenne de 11 kg dans l'année. Par comparaison, la consommation annuelle de produits de la mer en Amérique du Nord se situe entre 6 et 7 kg par personne.
- Avec 2,3 milliards de dollars d'importations contre seulement 0,7 milliard en exportations, le commerce extérieur des produits de la pêche (y compris les poissons d'eau douce) a coûté à la France 1,6 milliard de dollars en 1986.
- Située dans un contexte mondial, la France n'occupe qu'une place très modeste en matière de pêche maritime : entre le 20<sup>e</sup> et 30<sup>e</sup> rang dans le monde.
- Depuis une dizaine d'années, la production de la pêche maritime française s'est stabilisée autour de 700 000 tonnes.
- Le tonnage global, après avoir doublé dans les années qui ont suivi la guerre, s'est remis à régresser : depuis 1977, il a diminué de 30 %.
- Il existe en France plusieurs dizaines de ports de pêche. Les trois plus importants sont Boulogne, Lorient et Concarneau; en 1985, ils ont assuré à eux seuls près du tiers de la production nationale.

## Tendances du marché

- Les produits ramenés par les pêcheurs ne suffisent pas à couvrir ce marché, d'autant qu'une partie de cette production est exportée. La France doit donc importer pour satisfaire sa demande intérieure.
- La pêche maritime n'a pas en France le caractère industriel qu'elle revêt dans d'autres pays : la profession garde encore un caractère artisanal très marqué. En effet, la flotte française de pêche maritime est extrêmement disparate : un peu plus de 9 000 bateaux, dont la plupart ont moins de 12 mètres.

## Importations canadiennes

- La France n'est que le deuxième client européen du Canada (4 % des exportations), derrière la Grande-Bretagne.
- Vu du côté français, le Canada était en 1985 le sixième fournisseur en valeur et le deuxième en volume.
- Pour la 9<sup>e</sup> année consécutive, le Canada a maintenu en 1986 sa position de premier exportateur mondial de produits congelés et transformés du poisson. Des 2,4 milliards de dollars en exportations, une proportion de 15 % a pris le chemin de la CEE, marché extérieur du Canada qui connaît la croissance la plus impressionnante.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Une augmentation des exportations vers la France doit passer par une plus grande variété des espèces offertes, un développement des ressources encore peu ou pas exploitées et une volonté réelle de diversifier les marchés.
- En matière de produits de la pêche, les normes sont assez strictes. Selon le cas, elles sont fixées par la législation française, par la CEE ou par les usages. Les exportateurs **DOIVENT S'Y CONFORMER**. Les dates de fabrication, dates optimales de consommation, et listes des ingrédients et additifs éventuels doivent toujours être clairement indiquées. Les produits congelés nécessitent la présentation en douane d'un certificat d'origine attestant de la salubrité des produits. Les normes d'étiquetage sont aussi très précises.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Pierre Laveau, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

Comité central des pêches  
maritimes

11, rue Anatole de la Forge  
75017 Paris  
Tél. : (1) 47.55.64.47

Secrétariat d'État chargé de la mer

3, place de Fontenoy  
75007 Paris  
Tél. : (1) 42.73.55.05

## Autres renseignements

### Salons :

SIAL (Salon international de  
l'alimentation)

27, rue du Général Foy  
75008 Paris  
Tél. : (1) 42.94.41.00  
Octobre 1988

Salon de la pêche, des industries  
et du commerce des produits de la  
mer et des cultures marines  
Nantes, septembre 1989

### SEPIC

17, rue d'Uzès  
75002 Paris  
Tél. : (1) 42.33.88.77

Salon international des produits de  
la mer

Informations :

B.P. 80  
29173 Douarnenez  
Tél. : 98.92.14.50

# ► Produits forestiers

## Faits importants sur le marché

- La France possède le plus important territoire forestier de la Communauté économique européenne, soit 14 millions d'hectares.
- Les trois quarts de la forêt française sont des terrains privés.
- L'ensemble de l'industrie des produits forestiers (filière bois) occupe environ 500 000 personnes travaillant dans 85 000 entreprises.
- Cette filière est le second secteur déficitaire dans la balance commerciale du pays.
- La France importe dans les proportions suivantes :
  - de 40 à 50 %, pour la pâte;
  - 25 %, pour le papier-carton;
  - de 25 à 30 %, pour le bois d'œuvre.
- Le volume des importations en 1986 se détaillait comme suit : 1,7 million de mètres cubes de résineux et 1,1 million de mètres cubes de feuillus tropicaux.
- Les pays scandinaves dominent le marché des importations.
- Les produits du bois canadiens ont la réputation d'être des produits de qualité.

- Les pâtes à papier et les bois résineux non rabotés canadiens sont exonérés de droits de douane; il en est de même pour le papier journal et le contreplaqué résineux, mais dans la limite de contingents tarifaires.
- Les produits forestiers de base, bois d'œuvre et pâtes sont importés par l'intermédiaire d'agents spécialisés.

## Tendances du marché

- Les besoins en produits forestiers provenant de l'étranger sont en constante augmentation.
- Les trois secteurs principaux de ce marché sont la construction, la menuiserie et le bricolage.
- Les besoins du secteur de la construction n'augmenteront que si les techniques afférentes s'améliorent.
- Pour le secteur de la menuiserie, 63 % des fenêtres sont encore en bois, mais le PVC gagne du terrain.
- En ce qui concerne le secteur du bricolage, celui-ci est en constante progression (5,3 milliards de dollars canadiens en 1985; 4 000 points de vente).

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Menuiserie : les producteurs canadiens devront offrir du bois de résineux mieux adapté aux besoins du marché (sans défaut, finition naturelle teinte; avec petits nœuds sains, finition peinte).
- Bricolage : seul débouché possible, les bois bruts livrés aux raboteries.
- Construction : autres composants à forte valeur ajoutée (lambris, bardeaux, bardage).
- Le marché français est en train de s'ouvrir aux composants à forte valeur ajoutée : il faudra cependant que les producteurs canadiens s'adaptent aux conditions nouvelles de ce marché.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Chantal Balas, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

## Adresses utiles

Centre technique du bois  
10, avenue de Saint-Mandé  
75012 Paris

COPACEL (Confédération française  
de l'industrie des papiers,  
cartons et cellulose)  
154, boulevard Haussmann  
75008 Paris

Fédération française du commerce  
du bois  
8, rue du colonel Moll  
75017 Paris

## Autres renseignements

### Ouvrages :

*Le bois national* (magazine)  
3, rue Claude Odde  
42000 Saint-Étienne

*Informations bois* (magazine)  
85, rue La Fayette  
75009 Paris

*Papier, carton, cellulose*  
23, rue Laugier  
75017 Paris

### Salons :

BATIBOIS  
Bordeaux, octobre 1988

BATIMAT  
Paris, décembre 1989



# ► Robotique

## Faits importants sur le marché

- En 1985, le parc s'établissait à 4 150 robots (2<sup>e</sup> rang en Europe).
- On a recours aux robots dans les domaines suivants : automobile (29 %), mécanique (22 %), plastique (15 %), éducation et recherche (12 %), électricité, électronique, informatique (6,5 %).
- Ventilation du parc :
  - chargement, manutention, palet (34 %);
  - soudage par point (22 %);
  - soudage à l'arc (11,5 %);
  - assemblage (11 %);
  - projection (6 %);
  - éducation, recherche (6 %).

## Tendances du marché

- Le taux de la pénétration étrangère baisse régulièrement de 2 % par an (32 % en 1985).

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Guy Ladki, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

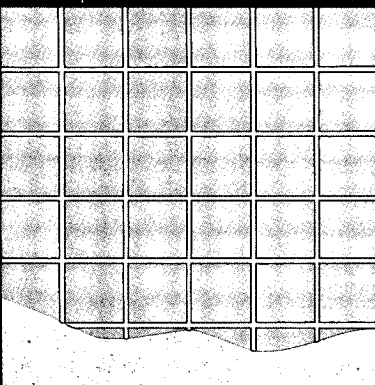
## Adresses utiles

ADEPA (Agence nationale pour le développement productique appliquée à l'industrie)  
17, rue Périer, B.P. 54  
92123 Montrouge Cedex  
Tél. : 46.57.12.70  
Télex : 202.475F

## Autres renseignements

### Ouvrages :

*Journal de la robotique*  
74, rue Blanche  
75009 Paris  
Tél. : (1) 42.85.08.98



# ► Télécommunications

## Faits importants sur le marché

- Après cinq années de grande expansion (environ + 15 % chaque année de 1980 à 1984) on a assisté à une perte de croissance (+ 4 %) en 1985.
- Le marché du téléphone français et de l'équipement industriel s'y rapportant est très protégé, surtout depuis qu'il subit une perte de croissance.
- Chiffre d'affaires pour ce secteur en 1985 : environ 4,6 milliards de dollars, ce qui signifie une augmentation de seulement 3,6 % par rapport à 1984.
- En 1985, une hausse de 21,6 % des abonnements au Minitel-Vidéotex a été enregistrée.
- Diminution des achats d'équipement des P & T en 1985. Ces achats représentaient 60 % du chiffre d'affaires total en 1981 et moins de 50 % en 1985.
- Les exportations dans ce secteur représentent environ 24 % du chiffre d'affaires.
- Baisse de la demande en équipement public domestique.
- En raison de l'importance stratégique de ce secteur, le gouvernement français fait partie intégrante des activités internationales de la plupart des compagnies orientées vers les consortiums internationaux, cela allant du financement des contrats à l'infiltration politique.

- Nationalisation dans ce secteur : Alcatel, filiale de la C.G.E. (1981-1982).
- Fort protectionnisme du marché français.

## Tendances du marché

- Selon les statistiques, 1986 sera une année médiocre pour les entreprises françaises travaillant dans ce secteur.
- L'industrie dans son ensemble continue de beaucoup investir dans la recherche et le développement et le nouvel équipement.
- La politique des compagnies françaises dans ce secteur s'est fermement orientée en 1986 vers des consortiums internationaux, des co-entreprises et vers la diversification du matériel électronique de bureau.
- Pour stimuler la compétitivité française au niveau international, le ministre de l'Industrie et des P & T tend à libéraliser le marché français.

## Recommandations aux exportateurs canadiens

- Des débouchés existent pour des compagnies canadiennes offrant des produits nouveaux et intéressées à soumissionner conjointement sur les marchés des pays en voie de développement ou à participer à des projets de R-D.

## Renseignements supplémentaires :

Communiquer avec Susan E. Harper, agent responsable de ce secteur, Ambassade du Canada, Paris (France); tél. : (011.33.1) 47.23.01.01.

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20025579 5



DOCS  
CA1 EA 88L52 EXF  
vol. 2  
A look into the French market. --  
43250364



JAUNE  
NOIR  
BLEU  
BLEU RL  
GRIS  
VERT  
TANGERINE  
ROUGE  
ROUGE EX

DUÉ AU CANADA PAR  
COMPANY LIMITED  
NE ACCO LIMITÉE  
CANADA

TORONTO



60984 81800