



## Protocoles d'entente entre le Canada et la Russie

Le ministre des Postes et des Télécommunications de la Russie, Vladimir Bulgak, a visité le Canada en février sur l'invitation du ministre des Communications Perrin Beatty, en vue d'établir un nouveau cadre de coopération en télécommunications entre le Canada et la Russie.

Pendant cette visite à INTER COMM 93 à Vancouver, le ministre Bulgak a signé deux protocoles d'entente avec le ministre Beatty. La première entente détermine plusieurs secteurs de collaboration en télécommunications, à savoir la recherche et développement, les prévisions à long terme, les normes techniques et l'homologation, la coordination des fréquences, la gestion du spectre et la délivrance de licences de radiocommunication, l'analyse des marchés, ainsi que les politiques et la réglementation en matière de télécommunications.

Cette entente témoigne d'un resserrement des liens entre le Canada et la Russie dans le domaine des télécommunications.

Quant au second protocole d'entente, le MDC a coordonné une approche axée sur la participation de l'entreprise privée canadienne, notamment de Northern Telecom, Bell Canada International et Télésat Canada. Les cosignataires russes de l'entente sont InterTelecom et le Réseau téléphonique de Moscou. L'accord consolidera les associations existantes et conduira à des alliances futures entre entreprises canadiennes et russes. Les protocoles d'entente devraient ouvrir des portes aux entreprises canadiennes désireuses de participer au développement de l'infrastructure des télécommunications en Russie, notamment leur nouveau système de télécommunications par satellite d'une valeur de plusieurs millions de dollars.

monde, qui fournit la plus grande partie du matériel. Parmi les principaux intervenants internationaux, citons ITT, ATT, Siemens, Philips, Ericsson et Northern Telecom (notamment par son investissement dans Matra). Les entreprises de télécommunications d'origine étrangère les plus prospères sont affiliées à un associé français.

Plusieurs sociétés françaises sont actives dans le secteur des autocommutateurs privés reliés au réseau public (PABX), notamment Alcatel, Matra Communications (le deuxième fabricant français de matériel de télécommunications) et SAT.

En France, le secteur des télécommunications est régi par les PTE qui réglementent l'industrie par l'intermédiaire de la Direction de la réglementation générale (DRG) et du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), ce dernier réglementant le secteur de la radio-télévision et de la câblodistribution. Tout appareil susceptible d'être branché sur le réseau du téléphone public en France, ainsi que tout ce qui utilise les ondes radioélectriques, doit être d'un type approuvé par la DRG, les essais proprement dits étant effectués par le Centre national d'études des télécommunications (CNET).

## Les télécommunications en France

Il semble régner un nouveau climat sur le marché français des télécommunications. La tendance réglementaire s'oriente vers une plus grande concurrence, et il paraît évident que les restrictions touchant l'approvisionnement commencent à s'alléger, depuis que la Communauté européenne a proposé un cheminement plus évolutif de la réforme des télécommunications.

France Télécom, qui faisait partie du ministère des Postes, des Télécommunications et de l'Espace (PTE), est devenue société de plein droit en 1991. Si elle demeure une

société d'État et conserve le statut de fournisseur exclusif des services téléphoniques publics, les services à valeur ajoutée et les communications mobiles se trouvent désormais soumis à la concurrence.

En France, beaucoup de produits et de services de télécommunications sont fournis par un regroupement de filiales indépendantes sous l'égide d'une société de portefeuille contrôlée par France Télécom. Sur le marché du téléphone public, c'est la multinationale française, Alcatel NV, le plus grand fabricant d'équipement de télécommunications au

### Les débouchés

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1993, la concurrence est renforcée pour les services à valeur ajoutée, notamment le courrier électronique, l'accès aux bases de données et la revente de services de communication de données de base. Comme les entreprises de téléphone étrangères commencent à entrer sur le marché français, certaines entreprises canadiennes constatent que l'effort consenti pour trouver des solutions concurrentielles a créé de nouveaux créneaux.

(voir page III, FRANCE)



## Possibilités de télécommunications par satellite dans la région Pacifique de l'Asie

Nous assistons à une explosion de la capacité des télécommunications par satellite, selon un expert décrivant les perspectives pour le matériel de télécommunications par satellite dans la région de l'Asie et du Pacifique. Avec 327 transpondeurs présentement en exploitation dans la région, chiffre qui devrait grimper à 601 en 1995 (943 si on inclut les satellites exploités par les pays du Moyen-Orient), le marché demeurera vigoureux pour le reste de la décennie.

On s'attend à ce que le développement de la capacité de l'élément spatial stimule les besoins relatifs à l'élément sol. On prévoit une croissance rapide dans les secteurs des antennes à très petite ouverture (VSAT) et des systèmes à une voie par porteuse, particulièrement pour le matériel de station terrienne adapté aux conditions particulières du marché. Des stations terriennes spécialisées pour des applications de réseaux téléphoniques commutés publics et des services téléphoniques d'affaires, ici encore adaptés aux exigences régionales, pourraient représenter des possibilités intéressantes. Vu l'expansion du secteur, il y aura également des débouchés dans le domaine de la formation des exploitants et des utilisateurs. Toutefois, grâce à l'accès local par numérotation, le plus fort potentiel pourra se situer dans la prestation de services de transmission de données et de la voix par satellite aux petites entreprises, dont le courrier électronique, la télécopie en mémoire et de rappel, l'extraction de données en ligne, les services de tableau d'affichage et de radiodiffusion de nouvelles.

Le marché n'est pas simple. La diversité des priorités économiques et nationales et le degré variable de collaboration entre les pays créent des possibilités dans toute la région.

Grâce à la série Palapa, élargie par le lancement de la prochaine génération de satellites de grande puissance dotés d'une antenne à faisceaux ponctuels multiples,

l'Indonésie conservera son statut de fournisseur régional de services.

Toutefois, un grand nombre d'entreprises offrent des services de télécommunications par satellite en Indonésie. PMediacitra Indostar planifie un service de radiodiffusion directe pour le pays; le satellite *Indostar 1* assurera des services de radio-télévision dans les bandes S et L; Citra Sari Makmur offre des services VSAT conjointement avec PT Telekom; Lintasarta fournit des services au secteur financier; GTE Spacenet est en train de constituer un réseau pour l'industrie du tourisme couvrant l'ensemble de l'Indonésie.

En Thaïlande, le Groupe Shinawatra commencera à offrir des services sur bande étroite cette année en utilisant les satellites *Thaicom 1* et 2. Compunet Corporation, à Bangkok, offre un service de radiodiffusion destiné au secteur financier et à celui de l'information, alors que Smart Telecom a des clients VSAT desservis par un réseau de transmission de données à grande vitesse.

AsiaSat, de Hong Kong, après avoir modifié les habitudes d'écoute de la télévision d'une grande partie de l'Asie en distribuant Star TV, prévoit le lancement d'*AsiaSat 2* l'an prochain. Toutefois, un nouveau concurrent, APT Satellite, prévoit lancer *Apstar 1* l'an prochain également. Même si son siège social est à Hong Kong, APT est partiellement de propriété chinoise et thaïlandaise, ce qui lui confère peut-être une longueur d'avance auprès des clients dans ces pays.

Une organisation philippino-malaysienne, dirigée par Binariang Sdn. Bhd., prévoit le lancement du *MEASAT* qui aura 12 transpondeurs dans la bande C et un ou deux dans la bande Ku.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la Division des télécommunications internationales du MDC ou la Direction des programmes de défense et de l'aérospatiale, d'AECEC.

## Colloque technique Canada-Japon sur l'industrie des communications

Le quatrième colloque technique Canada-Japon sur l'industrie des communications est prévu pour novembre 1993. Ce colloque offre aux entreprises canadiennes et japonaises l'occasion de comparer le développement des technologies dans le domaine des télécommunications, et de chercher les secteurs où elles auraient intérêt à collaborer.

Avant de planifier le programme de cette année, on a consulté les représentants de l'industrie qui ont suggéré de fournir aux visiteurs japonais l'occasion de voir les entreprises canadiennes à l'oeuvre, soit par des visites industrielles et des mini-salons commerciaux. Ils ont jugé également important de faire participer plus d'une région du Canada. Ces suggestions intégrées au processus de planification promettent aux entreprises participantes un intérêt accru et un événement plus utile.

Pour participer au colloque, veuillez communiquer avec la Division de la politique commerciale et de la coopération internationale en science et technologie du MDC ou avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, d'AECEC (voir l'encadré).

## Décentralisation en Chine

### Les télécommunications : le rôle majeur des provinces

La décentralisation croissante en Chine a une incidence majeure sur la commercialisation du secteur des télécommunications. Le ministère chinois des Postes et des Télécommunications (MPT), responsable des opérations de télécommunications, a délégué à ses bureaux régionaux une large part des pouvoirs de prise de décision en matière d'approvisionnement.

Sur le plan des opérations et de l'approvisionnement, le MPT comprend cinq niveaux : international, national, provincial, municipal et de comté. Le niveau international est responsable des communications internationales, alors que le niveau national est chargé des réseaux de base reliant les capitales provinciales; les décideurs sont à Beijing. Aux autres niveaux, il faut aller à l'extérieur de la capitale.

Les Services des postes et des télécommunications (SPT) au niveau provincial sont chargés des réseaux reliant les grandes villes à l'intérieur des provinces (ou des régions autonomes). Tout en relevant du MPT, ils reçoivent une large part de leurs fonds du gouvernement provincial pour développer leurs réseaux. Comme les provinces n'ont pas toutes les mêmes possibilités pour financer leurs SPT, il y a de grands écarts technologiques entre les réseaux d'une province à l'autre. Le financement local, s'il existe, assure une bonne indépendance du MPT dans les décisions d'approvisionnement.

Les SPT au niveau municipal dépendent souvent des pouvoirs publics municipaux sur le plan financier. Ils peuvent participer à l'établissement de liaisons

hertziennes avec des villes voisines, si les fonds et la demande sont là. Les SPT municipaux, dans les zones économiques spéciales et les villes côtières, installent fréquemment leur propre centre de commutation dans la zone franche de la ville, éliminant ainsi les barrières tarifaires considérables à l'importation de matériel de télécommunication.

Le niveau de comté s'occupe des réseaux ruraux de télécommunications. Ces services sont ceux qui ont le plus de difficultés à obtenir des fonds. Comme dans bien des régions en voie de développement, l'alimentation en électricité est parfois très peu fiable.

Pour donner une idée des contraintes imposées aux SPT, prenons le cas de la région autonome de Guangxi, relativement pauvre et non

(voir page IV, CHINE)

## France (suite de la page 1)

En France, d'autres importants segments du marché comprennent les communications mobiles, l'équipement de gestion de réseau pour France Télécom, la télévision par câble et par satellite et les réseaux d'entreprises privées, particulièrement sur le marché des multinationales clientes.

La télédistribution gagne enfin en popularité en France où, selon les prévisions, 2,7 millions d'abonnés et 8 millions de ménages auront accès au câble en 1995. Pour atteindre cet objectif, plusieurs câblodistributeurs auront besoin d'équipement, de logiciels et d'un plus grand nombre de programmes de qualité pour attirer de nouveaux clients (voir *CanadExport*, 1<sup>er</sup> mars 1991).

Étant donné que les systèmes actuels sont très encombrés en France, les communications mobiles devraient également connaître une explosion dans les prochaines années. France Télécom semble l'exploitant le plus enthousiaste

d'Europe pour le cellulaire numérique GSM et le service sans fil télépoint. Le téléappel est aussi un important domaine de développement.

### L'ambassade du Canada à Paris - Conseils et plans pour 1993

Les entreprises doivent tenir compte de l'aspect politique et réglementaire de l'industrie des télécommunications en France, si elles veulent réussir. Elles ne devraient tenter de pénétrer le marché qu'avec un produit techniquement supérieur et moins coûteux que ceux déjà disponibles en Europe. Les entreprises canadiennes qui ont travaillé ferme pendant un certain nombre d'années afin de se créer un marché en France sont bien représentées et obtiennent de plus en plus de succès.

Les entreprises qui possèdent une solide base d'exploitation au Canada et une stratégie européenne à long terme seraient peut-être bien avisées de rencontrer des associés locaux ayant la possibilité de créer une image locale en intégrant les

appareils canadiens à leurs installations. (Cela peut prendre la forme soit d'une entente avec un constructeur, d'une entente sur «l'apposition d'étiquettes» ou d'un autre type d'alliance stratégique.)

Médiaville, manifestation annuelle axée sur le secteur de la câblodistribution et de la radiodiffusion par satellite, aura lieu du 26 au 28 mai 1993 à Versailles. Réseau Télécom, la plus grande foire commerciale touchant le marché français des télécommunications, aura lieu du 14 au 17 septembre à Paris.

À l'automne 1993, l'ambassade du Canada à Paris organisera une mission sur les télécommunications en France à l'intention des entreprises canadiennes qui souhaitent créer des partenariats avec des sociétés françaises. Pour plus de renseignements : l'ambassade du Canada à Paris, la Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, d'AECEC, ou la Division des télécommunications internationales du MDC (voir l'encadré).

# Les multimédias, une vitrine publicitaire internationale pour les entreprises canadiennes

INTER COMM 93, tenue à Vancouver, fut l'occasion d'une première canadienne dans le domaine des multimédias. Le gouvernement canadien, en collaboration avec Apple Canada et Animatics, a fait la démonstration d'un système multimédia destiné à promouvoir l'industrie technologique canadienne à l'échelle internationale. C'est le ministre des Communications, Perrin Beatty, qui a inauguré l'événement.

Les multimédias utilisent de façon interactive les signaux vidéo, les graphiques, le son et le texte. Le système en question invite l'utilisateur à se diriger sur l'information requise et, en même temps, obtient de lui des renseignements commerciaux stratégiques qui peuvent

ensuite être communiqués aux entreprises canadiennes.

Scott Sullivan, vice-président du développement du commerce international chez Positron, voit là une des initiatives de marketing international les plus innovatrices, mises en oeuvre par le gouvernement. Vu le succès remporté par l'application multimédia, Randy Zadra du MDC et Greg Meredith d'Investissement Canada ont annoncé qu'on voulait l'étendre à d'autres foires commerciales et aux ambassades canadiennes à l'étranger. Pour plus de renseignements, on peut communiquer avec la Division de la prospection des investissements d'Investissement Canada (voir l'encadré).

## Chine

(suite de la page III)

développée, pourtant voisine de la florissante Guangdong. Pour une population de 46 millions d'habitants, la capacité de commutation est de 200 000 lignes seulement et la capacité de liaison interurbaine n'est que de 3 000 lignes. La commutation numérique a été introduite dans la province de Guangxi il y a cinq ans seulement. Seuls les SPT des niveaux municipaux et supérieurs utilisent la fibre optique, les liaisons à hyperfréquences ou la commutation numérique. Avant la fin de 1993, on prévoit que tous les commutateurs au niveau municipal seront numériques. Les SPT de Guangxi (niveau provincial) pensent acquérir des centres de commutation, de petites stations terriennes, des faisceaux hertziens à faible capacité et de petites installations à fibre optique. Ils veulent étendre leur réseau de commutation par

paquets au niveau municipal. Pour l'amélioration de l'infrastructure, le budget annuel de Guangxi est de 10 millions de dollars américains. L'accès au financement concessionnel est important pour la province. Guangxi accueillerait favorablement un regain des activités de commercialisation de la part des entreprises canadiennes.

Il faut du temps, des efforts et de l'argent pour nouer des rapports qui permettraient à une entreprise canadienne de faire des ventes aux divers niveaux du système de télécommunications en Chine. Toutefois, avec 40 millions d'habitants en moyenne, chaque province peut être considérée comme un marché important. Les provinces de Chine ont d'amples besoins de matériel de télécommunications importé et ont intérêt à établir des projets conjoints avec des entreprises canadiennes.

## Renseignements

ComExport est publié en français et en anglais à titre de supplément à **CanadExport** par le ministère des Communications (MDC), avec la contribution du ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur (AECEC). La reproduction des articles est permise, avec mention de la source.

Pour plus de renseignements sur tout sujet traité dans le présent numéro de **ComExport**, veuillez composer les numéros suivants :

**Ministère des Communications**  
Division des télécommunications internationales  
Téléphone : (613) 990-4214  
Télécopieur : (613) 990-4215

Direction de la politique commerciale et de la coopération internationale en science et technologie  
Téléphone : (613) 990-4235  
Télécopieur : (613) 952-5313

**Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada**  
Direction des technologies de pointe  
Téléphone : (613) 996-1893  
Télécopieur : (613) 944-0050

Direction des programmes de défense et de l'aérospatiale  
Téléphone : (613) 996-1814  
Télécopieur : (613) 996-9265

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon  
Téléphone : (613) 995-1281  
Télécopieur : (613) 943-8286

Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est  
Téléphone : (613) 992-7359  
Télécopieur : (613) 996-4309

Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest  
Téléphone : (613) 995-9401  
Télécopieur : (613) 995-6319

Ambassade du Canada à Paris, Services commerciaux  
Téléphone : (011-33-1) 44.43.32.00  
Télécopieur : (011-33-1) 44.43.34.98

**Investissement Canada**  
Division de la prospection des investissements  
Téléphone : (613) 995-9468  
Télécopieur : (613) 996-1370

