



Canada

External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



9 69057002 9305 E
s extérieures et
erce extérieur Canada



préparée par le Secteur de
du commerce extérieur

Prepared by the
Development Br

DOCS
CA1 EA660 90M17 EXF
Canada. Canadian High Commission
(Malaysia)
Malaysian sector profile : imported
food
43265637



60984 81800

ÉTUDE SECTORIELLE DE
L'ÉCONOMIE MALAISIENNE:
ALIMENTS IMPORTÉS

Étude commandée par :
Le Haut-commissariat du Canada
Kuala Lumpur

Diffusé par :

La Direction des pêches
Affaires extérieures
et Commerce extérieur Canada
Tél. : (613) 995-1712
Télécopieur : (613) 995-8384

Le Haut-commissariat du Canada
Kuala Lumpur
Malaisie
Tél. : 011-60-3-261-2000
Télécopieur : 011-60-3-261-3428

La Direction de l'expansion du commerce
en Asie et dans le Pacifique-Sud
Affaires extérieures
et Commerce extérieur Canada
Tél. : (613) 996-0917
Télécopieur : (613) 996-9103

RÉSUMÉ

Le présent rapport donne un aperçu du marché malaisien des aliments importés. Les auteurs décrivent les caractéristiques de ce marché, soit sa taille, la part détenue par le Canada, les principales importations d'aliments, les principaux pays fournisseurs et les principales exportations canadiennes en Malaisie. Ils fournissent des renseignements sur les droits de douane et les licences d'importation requises et examinent les divers éléments du réseau malaisien de distribution des aliments, dont les supermarchés, les importateurs et le circuit de distribution. En outre, ils font état des commentaires formulés par les importateurs malaisiens au sujet des aliments importés du Canada. Le rapport contient en annexe une liste d'organismes à qui s'adresser pour obtenir des renseignements supplémentaires.

AVIS AU LECTEUR

AECEC diffuse le présent rapport auprès des exportateurs canadiens de poisson et d'aliments à base de poisson dans le cadre d'un programme visant à mettre à la disposition de l'industrie canadienne les renseignements recueillis par les missions commerciales du Canada à l'étranger.

Le rapport, qui porte sur le marché malaisien des aliments importés, vise à faire connaître les débouchés offerts par celui-ci aux exportateurs canadiens. En 1987, la Malaisie a importé pour 2,2 milliards de dollars malaisiens d'aliments et de boissons. La part du Canada dans ces importations est plutôt faible. En 1987, elle était de 0,25 %, soit 5,5 millions de dollars malaisiens, et elle est demeurée à peu près au même niveau pendant la première moitié de 1989. Le saumon fumé et la morue sont les principaux produits de la pêche exportés par le Canada en Malaisie. Les auteurs du rapport concluent que, si le marché malaisien est petit et plutôt stagnant pour les produits alimentaires canadiens, c'est surtout parce que ceux-ci sont jugés plus coûteux que ceux de certains autres pays. Ils indiquent qu'il est possible de trouver des créneaux pour certains produits canadiens, mais que pour la plupart des produits, il faudra offrir un meilleur prix pour obtenir une plus grande part du marché.

Les exportateurs qui souhaitent pénétrer le marché malaisien peuvent communiquer avec le Centre du commerce international (CCI) de leur province, qui les mettra en contact avec le Service des délégués commerciaux. Ils peuvent également s'adresser à la Direction des pêches, aux directions géographiques de l'expansion du commerce d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, à Ottawa, ou directement aux missions pour obtenir des renseignements supplémentaires. Une liste des CCI et des directions géographiques de l'expansion du commerce figure à la fin du rapport. On trouvera dans le "Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada" les noms et adresses des missions du Canada à l'étranger.

Nous espérons que ce rapport vous aidera à exporter vos produits. Si vous avez des commentaires sur celui-ci ou des suggestions concernant de futurs rapports, nous vous saurions gré de nous en faire part en communiquant avec la Direction des pêches, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2, tél. : (613) 995-1712, télécopieur : (613) 995-8384.

Richard Ablett
Directeur
Direction des pêches

LES ALIMENTS IMPORTÉS EN MALAISIE

ÉTUDE EFFECTUÉE POUR LE
HAUT-COMMISSARIAT DU CANADA

Econsult Sdn Bhd
31^e étage, Menara Tun Razak
Jalan Raja Laut
50350 Kuala Lumpur

Tél. : 03 2934677/8
Télééc. : 03 2982501

DÉCEMBRE 1989

TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>	
1.0	Caractéristiques du marché	
1.1	Taille du marché et part canadienne	1
1.2	Principales importations	6
1.3	Provenance des importations	6
1.4	Principaux produits canadiens importés	7
2.0	Droits d'importation	8
3.0	Licences d'importation	11
4.0	Distribution	13
4.1	Grandes chaînes de supermarchés	13
4.2	Principaux importateurs	13
4.3	Réseau de distribution	13
5.0	Appréciation des produits canadiens	14
5.1	Pok Brothers	14
5.2	Cold Storage	14
5.3	Malayan Refrigerating	15
6.0	Conclusion	15
Annexe A		
	Principaux points de contact	16
Annexe B		
	Produits d'Australie et de Nouvelle-Zélande bénéficiant d'un tarif préférentiel	17
Annexe C		
	Des nouvelles de nos cadres	22

1.0 CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

1.1 Taille du marché et part canadienne

La Malaisie est un pays importateur net d'aliments. En 1987, ses importations d'aliments se sont élevées à 3 milliards de ringgit (dollars malaisiens - \$ M), et ses exportations à 2,5 milliards.

Au seul chapitre des marchandises analysées dans la présente étude, soit les aliments et les boissons (à l'exclusion des animaux sur pied, des grains et des céréales non moulus et des aliments pour animaux), la valeur des importations de la Malaisie s'est établie en 1987 à 2,2 milliards de ringgit.

Comme l'indique le tableau 1, la part canadienne du marché, qui était en 1987 de 0,25 p. 100 (5,5 millions de ringgit), est passée à 0,52 p. 100 en 1988, en raison de l'augmentation des ventes de lait en poudre. Toutefois, ces ventes ont baissé au premier semestre de 1989, baisse probablement attribuable au traitement préférentiel accordé au lait en poudre de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande (voir l'annexe B). La part canadienne du marché a alors chuté à 0,24 p. 100, chiffre comparable à ceux de 1986 et 1987. Signalons qu'en 1988 la part canadienne des importations malaisiennes était de 1,24 p. 100 (soit 537,6 millions de ringgit d'un marché évalué à 43,4 milliards).

La faiblesse du Canada dans les importations malaisiennes d'aliments et de boissons se retrouve dans toutes les catégories étudiées. Le Canada n'est parvenu à accroître sa part de marché à plus de deux pour cent que dans la seule catégorie «lait frais, lait en poudre et crème», et en 1988 seulement. Le lait en poudre représente plus de 90 p. 100 (en valeur) de cette catégorie mixte et provient surtout de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie.

¹ Ces chiffres englobent les catégories de produits classées sous les codes 001 à 099 de la CTCI et ne tiennent donc pas compte des graisses et huiles animales ou végétales.

TABLEAU 1 - ALIMENTS ET BOISSONS IMPORTÉS PAR LA MALAISIE, 1986-1989
(en milliers \$ M c.a.f.)

Code CTCI	Part 1986 canadienne			Part 1987 canadienne			Part 1988 canadienne			Part 1989* canadienne		
	Total	Canada	%	Total	Canada	%	Total	Canada	%	Total	Canada	%
011	121617	-	-	129549	11	0.01	109546	-	-	66455	-	-
012	3835	-	-	4221	-	-	47216	3	0.01	25612	-	-
014	45141	4	0.01	47171	2	-	NA	NA	NA	NA	NA	-
016	NA	NA	NA	NA	NA	NA	7550	-	-	6623	-	-
017	NA	NA	NA	NA	NA	NA	39172	2	0.01	16715	3	0.02
022	208889	2199	1.05	241557	136	0.06	399990	9956	2.49	267450	1560	0.58
023	32299	-	-	34549	-	-	45442	3	0.01	30669	-	-
024	4815	-	-	6277	-	-	7424	1	0.01	4456	24	0.08
025	6140	-	-	6042	-	-	4835	-	-	2312	-	-
034	130381	120	0.09	153587	14	0.01	164878	268	0.16	99861	66	0.07
035	8410	26	0.31	9867	46	0.47	14127	206	1.46	7064	7	0.10
036	33748	3	0.01	38858	-	-	52723	65	0.12	35046	9	0.02
037	95997	9	0.01	95116	140	0.15	90080	10	0.01	53549	6	0.01
046	377	-	-	549	4	0.73	603	-	-	99	-	-
047	16157	-	-	16977	-	-	23121	-	-	11024	-	-
048	145686	201	0.14	143370	22	0.02	141810	27	0.02	77845	38	0.05
054	226516	531	0.23	216407	1386	0.64	273170	964	0.35	134554	607	0.45
056	54583	39	0.07	51836	52	0.10	56460	25	0.04	30828	36	0.12
057	193432	1479	0.76	201283	2909	1.45	210964	1934	0.92	114947	888	0.77
058	38317	118	0.31	33362	101	0.30	32739	118	0.36	16321	117	0.72
059	NA	NA	NA	NA	NA	NA	9673	11	0.11	5194	25	0.48
061	355735	-	-	343896	6	-	452513	30	0.01	227926	24	0.01
062	7116	-	-	8309	-	-	12178	30	0.25	8391	5	0.06
071	69655	-	-	39355	120	0.30	51770	-	-	24004	-	-
072	697	5	0.72	767	4	0.52	1199	-	-	850	-	-
073	4193	14	0.33	5005	1	0.02	8428	-	-	6641	2	0.03
074	20755	-	-	20788	-	-	21853	-	-	11883	-	-
075	52135	29	0.06	52219	40	0.08	55329	30	0.05	39678	16	0.04
091	2797	-	-	2094	-	-	3484	-	-	1490	-	-
098	169509	912	0.54	169891	515	0.30	255666	508	0.02	152472	188	0.12
111	4640	6	0.13	6203	-	-	5670	-	-	4046	-	-
112	80378	17	0.02	97940	12	0.01	120130	19	0.02	56586	11	0.02
TOTAL	2134310	5718		2177045	5521		2719743	14210		1540591	3632	
PART CANADIENNE		0.27%			0.25%			0.52%			0.24%	
TOTALE %												

Source : 1986 et 1987 - Données sur le commerce extérieur, importations, ministère des Statistiques
1988 et 1989 - Rapports d'ordinateur, importations, ministère des Statistiques

S.o. : «sans objet», notation rendue nécessaire par les modifications apportées à la codification en 1988. Ces changements, s'ils n'ont que peu d'effets sur les codes à trois chiffres (groupe), incitent tout de même à la prudence dans l'interprétation comparative des données sur les codes à huit ou neuf chiffres (article).

- Notes i) Les catégories comprises dans ce tableau se rapportent à tous les aliments et boissons, à l'exclusion des animaux sur pied, des grains et des céréales non moulus et des aliments pour animaux.
- ii) Voir les codes de classification page suivante. Ces codes étaient valides jusqu'en 1987. En 1988, les codes de groupe à trois chiffres étaient semblables aux codes antérieurs, sauf pour la division intitulée «Viandes et préparations de viandes». Dans les catégories 011 à 017, les importations de provenance canadienne figuraient comme quantité négligeable.

CLASSIFICATION DES MARCHANDISES PAR SECTIONS, DIVISIONS ET GROUPES

Code de division Code de groupe

SECTION 0 - ALIMENTS ET ANIMAUX VIVANTS DESTINÉS
PRINCIPALEMENT À L'ALIMENTATION

- 00 Animaux vivants destinés principalement à l'alimentation
- 001 Animaux vivants destinés principalement à l'alimentation
- 01 Viandes et préparations de viandes
- 011 Viandes et abats comestibles, frais, réfrigérés ou
 congelés (à l'exclusion des viandes et des abats non
 comestibles ou reconnus impropres à la consommation
 humaine)
- 012 Viandes et abats comestibles (à l'exclusion des foies de
 volaille), salés, en saumure, séchés ou fumés
- 014 Viandes et abats comestibles, préparés ou conservés,
 n.d.a.; extraits de poissons
- 02 Produits laitiers et oeufs d'oiseaux
- 022 Lait et crème
- 023 Beurre
- 024 Fromage et caillebotte
- 025 Oeufs d'oiseaux et jaunes d'oeufs, frais, séchés ou
 autrement conservés, sucrés ou non
- 03 Poissons, crustacés, mollusques et préparations de poissons
- 034 Poissons, frais (vivants ou non), réfrigérés ou congelés
- 035 Poissons, séchés, salés ou en saumure; poissons fumés
 (même cuits avant ou pendant le fumage)
- 036 Crustacés et mollusques, même décortiqués, frais (vivants
 ou non), réfrigérés, congelés, salés, en saumure ou
 séchés; crustacés, non décortiqués, cuits à l'eau
- 037 Poissons, crustacés et mollusques, préparés ou conservés,
 n.d.a.
- 04 Céréales et préparations à base de céréales
- 041 Froment (y compris l'épeautre) et méteil, non moulus
- 042 Riz
- 043 Orge, non moulue
- 044 Maïs, non moulu
- 045 Céréales non moulues (autres que froment, riz, orge et
 maïs)
- 046 Semoules et farines de froment et farines de méteil
- 047 Autres farines et semoules de céréales

- 048 Préparations à base de céréales ou de farines, féculés de fruits ou de légumes
- 05 Fruits et légumes
 - 054 Légumes, frais, réfrigérés, congelés ou simplement conservés (y compris les légumineuses séchées); racines, tubercules et autres légumes comestibles, n.d.a., frais ou séchés
 - 056 Légumes, racines et tubercules, préparés ou conservés, n.d.a.
 - 057 Fruits et noix (à l'exclusion des oléagineux), frais ou séchés
 - 058 Préparations et conserves de fruits
- 06 Sucres, sucreries et miel
 - 061 Sucres et miel
 - 062 Sucreries sans cacao et autres préparations à base de sucre
- 07 Café, thé, cacao, épices et produits dérivés
 - 071 Café et succédanés du café
 - 072 Cacao
 - 073 Chocolat et autres préparations alimentaires contenant du cacao, n.d.a.
 - 074 Thé et maté
 - 075 Épices
- 08 Aliments pour animaux (à l'exclusion des céréales non moulues)
 - 081 Aliments pour animaux (à l'exclusion des céréales non moulues)
- 09 Produits comestibles et préparations alimentaires divers
 - 091 Margarine et saindoux
 - 098 Produits comestibles et préparations alimentaires, n.d.a.
- SECTION 1 - BOISSONS ET TABACS
- 11 Boissons
 - 111 Boissons non alcooliques, n.d.a.
 - 112 Boissons alcooliques

1.2 Principales importations

Le tableau 2 rend compte des huit principaux aliments et boissons importés par la Malaisie.

TABLEAU 2 - PRINCIPAUX ALIMENTS IMPORTÉS PAR LA MALAISIE, 1986-1989
(en milliers \$ M c.a.f.)

Code CICI	1986		1987		1988		1989*	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
011	121 617	5,7	129 549	6,0	109 546	4,0	66 455	4,3
022	208 889	9,8	241 557	11,0	399 990	14,7	267 450	17,4
034	130 381	6,1	153 587	7,1	164 878	6,1	99 861	6,5
048	145 686	6,8	143 370	6,6	141 810	5,2	77 845	5,1
054	226 516	10,6	216 407	9,9	273 170	10,0	134 554	8,7
057	193 432	9,1	201 283	9,2	210 964	7,8	114 947	7,5
061	355 735	16,7	343 896	15,8	452 513	16,6	227 926	14,8
098	169 509	7,9	169 891	7,8	255 666	9,4	152 472	9,9
Autres	582 245	27,3	577 505	26,5	711 206	26,1	399 081	25,9
TOTAL	2 134 310	100	2 177 045	100	2 719 743	100	1 540 591	100

* De janvier à juin

Source : Voir tableau 1.

Les pourcentages ayant été arrondis, leur somme pourrait ne pas totaliser 100.

Les données présentées ci-dessus indiquent que le groupe 022 (lait et crème) connaît la croissance la plus rapide en pourcentage et en chiffres absolus. Autre marché en expansion, le groupe 098 (produits comestibles et préparations alimentaires, n.d.a.), dont la part des importations est passée de 7,9 p. 100 en 1986 à 9,9 p. 100 au premier semestre de 1989.

1.3 Provenance des importations

Le tableau 3 ci-dessous indique les principaux pays exportateurs d'aliments et de boissons vers la Malaisie.²

² À l'exclusion des animaux sur pied, des grains et des céréales non moulus, et des aliments pour animaux.

TABLEAU 3 - PRINCIPAUX PAYS EXPORTATEURS D'ALIMENTS ET DE BOISSONS VERS LA MALAISIE ET PARTS RESPECTIVES DU MARCHÉ EN 1987 ET 1988

	1987		1988	
	Valeur (milliers \$ M c.a.f.)	Part du marché (%)	Valeur (milliers \$ M c.a.f.)	Part du marché (%)
Australie	471 219	21,64	597 002	21,95
Thaïlande	317 638	14,59	330 033	12,13
Nouvelle-Zélande	181 448	8,33	117 736	4,33
Chine	180 962	8,31	224 486	8,25
États-Unis	147 592	6,78	184 125	6,77
Inde	123 752	5,68	150 314	5,53
Canada	5 521	0,25	14 210	0,52
Autres	748 913	34,40	1 101 837	40,51
TOTAL	2 177 045	100	2 719 743	100

Source : Voir tableau 1.
Les pourcentages ayant été arrondis, leur somme pourrait ne pas totaliser 100.

Le tableau 3 indique que, dans l'ensemble, les importations d'aliments et de boissons ont considérablement augmenté de 1987 à 1988, le taux de croissance s'étant établi à 24,9 p. 100. Cette vigueur devrait se maintenir en 1989; sur une base annualisée, la croissance des importations d'aliments et de boissons a dépassé 13 p. 100 au premier semestre. De tels résultats reflètent la prospérité grandissante de la Malaisie, qui a connu un taux de croissance réel du produit intérieur brut de 5,2 p. 100 en 1987 et de 8,6 p. 100 en 1988. Le ministère malaisien des Finances prévoit un taux de croissance de 7,6 p. 100 en 1989 et de 6,5 p. 100 en 1990.³

1.4 Principaux produits canadiens importés

La Malaisie importe relativement peu d'aliments et de boissons du Canada et achète surtout du lait en poudre et des pommes fraîches. Depuis 1986, ces deux articles représentent chaque année plus de 50 p. 100 de la valeur des exportations canadiennes vers la Malaisie.

Toutefois, comme le montre le tableau 4, la demande pour ces produits considérés séparément s'est manifestée en dents de scie; une forte hausse précédant un déclin prononcé. Cette instabilité vaut d'ailleurs pour l'ensemble des aliments et des boissons importés du Canada.

³ Rapport sur l'économie, 1989-1990, ministère malaisien des Finances, octobre 1989.

TABLEAU 4 - ALIMENTS ET BOISSONS IMPORTÉS DU CANADA PAR LA MALAISIE,
VENTILATION EN POURCENTAGE
(valeur exprimée en milliers de \$ M c.a.f.)

	1986		1987		1988		1989*	
	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%
Poudre de petit-lait	319	5,6	136	2,5	234	1,6	69	1,9
Lait écrémé en poudre ou en granules	1 855	32,4	-	0	9 677	68,1	1 442	39,7
Fèves déshydratées	287	5,0	38	0,7	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Pommes de terre, même cuites, congelées	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	658	4,6	568	15,6
Légumes congelés	186	3,3	259	4,7	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Pommes	1 470	25,7	2 899	52,5	1 888	13,3	888	24,4
Préparations non alcoo- lisées pour boissons	162	2,8	238	4,3	275	1,9	109	3,0
Autres préparations alimentaires, n.d.a	60	10,5	160	2,9	168	1,2	57	1,6
Saumon du Pacifique, fumé	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	107	0,8	2	0,1
Saumon fumé	25	0,4	45	0,8	99	0,7	3	0,1
Morue	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	206	1,4	-	0,0
Autre	812	14,2	1 746	31,6	898	6,3	494	13,6
TOTAL	5 718	100	5 521	100	14 210	100	3 632	100

* De janvier à juin.

Source : Voir tableau 1.

S.o. : «sans objet». La codification ayant changé en 1988, les valeurs de ces articles ne sont pas disponibles pour toutes les années.

N.d.a. : non dénommé ailleurs.

Les pourcentages ayant été arrondis, leur somme pourrait ne pas totaliser 100.

2.0 DROITS D'IMPORTATION

Sauf pour les pays membres de l'ANASE, le traitement de la nation la plus favorisée (NPF) s'applique aux droits d'importation sur les aliments et les boissons frais ou transformés. Dans les faits, le tarif applicable à un produit particulier est le même pour tous les pays exportateurs. Certaines catégories de produits laitiers (frais et transformés) et de fruits transformés constituent des exceptions à la règle. Ainsi, l'Australie et la Nouvelle-Zélande jouissent d'un traitement préférentiel en vertu duquel elles peuvent exporter certaines marchandises en Malaisie en franchise de droits ou ne verser que la moitié des droits exigés des pays qui ne sont pas membres de l'ANASE. La liste des produits ainsi totalement ou partiellement exemptés figure à l'annexe B.

Ce traitement préférentiel est entré en vigueur le 1^{er} janvier 1988 en vertu de l'Ordonnance sur les droits de douane (1988). Pour le Canada, la promulgation de l'ordonnance a surtout eu des conséquences fâcheuses sur ses ventes de lait écrémé en poudre. Il doit (à l'instar d'autres pays) verser des droits d'importation de 8,82 \$ M pour 100 kilogrammes, alors que l'Australie et la Nouvelle-Zélande introduisent leur produit en franchise de droits.

Les droits d'importation sur les aliments et les boissons en provenance des pays membres de l'ANASE sont réduits selon le produit. La réduction s'étend de 0 à 100 p. 100 (ce qui, dans ce dernier cas, équivaut à l'entrée au pays en franchise de droits). Généralement, les pays membres de l'ANASE obtiennent des réductions de l'ordre de 25 à 40 p. 100.

Les droits applicables aux produits canadiens importés par la Malaisie en 1988 et en 1989 (tableau 4) figurent au tableau 5 ci-après.

TABLEAU 5 - DROITS APPLICABLES À CERTAINS ALIMENTS ET BOISSONS IMPORTÉS

Produit	i) CTCI ii) S.H.	Unité	Droit (\$ M)	Surtaxe	Taxe de vente	Réduction ANASE
Poudre de petit-lait						
	i) 022.410.910	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	ii) 0404.10.910					
Lait écrémé en poudre ou en granules						
	i) 022.210.100	100 kg	8,82 ¹	néant	néant	25 %
	ii) 0402.10.100					
Pommes de terre, même cuites, congelées						
	i) 034.691.000	tonne	2 %	néant	5 %	néant
	ii) 0710.10.000					
Pommes						
	i) 057.400.000	tonne	661,40	5 %	5 %	25 %
	ii) 0808.10.000					
Préparations non alcoolisées pour boissons						
	i) 098.999.400	litre	2 %	néant	5 %	25 %
	ii) 2106.90.400					
Autres préparations alimentaires, n.d.a.						
	i) 098.999.990	tonne	35 %	néant	5 %	néant
	ii) 2106.90.990					
Saumon du Pacifique, fumé						
	i) 035.310.000	kg	50 %	néant	5 %	40 %
	ii) 0305.41.000					
Saumon fumé						
	i) 035.400.210	tonne	50 %	néant	5 %	néant
	ii) 0305.20.210					
Morue						
	i) 034.250.000	tonne	néant	néant	néant	néant
	ii) 0303.60.000					

Sources : 1) Guide pratique, Ordonnance sur les droits de douane, modifications en date du 8 mars 1989, MDC Sdn Bhd.
2) Budget 1989-1990, 27 octobre 1989.

NOTA : Les droits d'importation et la surtaxe s'appliquent aux prix c.a.f., alors que la taxe de vente est appliquée au prix c.a.f. plus droit d'importation plus surtaxe.

La codification CTCI utilisée au tableau 5 sert de base à la collecte des données statistiques, tandis que la codification du Système harmonisé (S.H.) est utilisée par le ministère malaisien des Douanes et Accises pour établir les droits d'importation à payer.

3.0 LICENCES D'IMPORTATION

L'entrée en territoire malaisien d'un grand nombre d'aliments et de boissons requiert des licences d'importation. Celles-ci sont délivrées automatiquement, pour chacun des envois, par divers organismes gouvernementaux. À titre d'exemple, le tableau 6 ci-dessous indique l'organisme responsable de la délivrance des licences pour un produit donné. Le tableau donne aussi des renseignements sur les inspections dans les cas où aucune licence d'importation n'est exigée.

TABLEAU 6 - EXIGENCES D'ENTRÉE

Article	Code S.H.	Exigences d'entrée
Fromages fondus, autres que râpés ou en poudre	0406.30	Licence d'importation délivrée par le directeur général du Service vétérinaire, ou en son nom.
Beurre	0405.00.900	Idem
Lait en poudre	0402.10	Idem
Confitures et gelées de fruits	2007.99.100	Néant
Jambons, frais, réfrigérés ou congelés, non cuits ni fumés	0203	Licence d'importation délivrée par le directeur général du Service vétérinaire, ou en son nom.
Saucisses, saucissons et produits similaires, de viande, d'abats ou de sang	1601.00.100 1601.00.900	Idem
Vins d'un titre alcoométrique volumique n'excédant pas 15 % vol.	2204.29.110	Néant
Margarine	1517.10	Néant
Carottes	0706.10	Inspection obligatoire et, si nécessaire, traitement par le ministère malaisien de l'Agriculture avant dédouanement.
Choux	0704.90	Licence d'importation délivrée par l'Administration malaisienne de commercialisation des produits agricoles (FAMA).
Pommes	0808	Inspection obligatoire et, si nécessaire, traitement par le ministère malaisien de l'Agriculture avant dédouanement.
Oranges	0805.10.100	Idem
Chocolats, présentés en tablettes, barres ou bâtons	1806.31.100	Néant
Pâtes alimentaires non cuites	1902.1	Néant
Pizza congelée	2106.90.990	Néant

Source : Guide pratique, Ordonnance sur les droits de douane, modifications en date du 8 mars 1989, MDC Sdn Bhd.

4.0 DISTRIBUTION

4.1 Grandes chaînes de supermarchés

Parkson, la plus grande chaîne de supermarchés de la Malaisie, regroupe environ 30 points de vente. Elle fait partie du groupe Lion, qui appartient à des intérêts malaisiens. La responsabilité des achats incombe à Natvest Sdn Bhd, autre entreprise du groupe Lion.

Pour ses approvisionnements en aliments importés, Natvest compte sur des importateurs indépendants, bien qu'elle puisse préciser le pays d'origine. Par exemple, elle peut indiquer sa préférence pour des oranges Sunkist.

Natvest achète certains produits congelés canadiens, mais ne se procure pas de viandes fraîches, de fruits et de légumes frais, ou de denrées sèches au Canada.

Les autres chaînes de supermarchés sont de bien moindre envergure. Cold Storage, dominée par des intérêts de Singapour, dispose actuellement de cinq points de vente, tandis que les groupes japonais Yaohan et Jusco en ont respectivement trois et deux. Selon les articles publiés dans les journaux, Cold Storage prévoit ouvrir trois nouvelles succursales en 1990 (Star, 7 septembre 1989) et Jusco prévoit en ouvrir trois au cours des trois prochaines années et exploiter de huit à dix magasins disséminés sur le territoire malaisien d'ici cinq ans (Business Times, 19 octobre 1989).

4.2 Principaux importateurs

En Malaisie, les principaux importateurs ont pour nom Pok Brothers, Cold Storage et Malayan Refrigerating (voir l'annexe A pour les personnes-ressources dans chacune de ces entreprises). Cold Storage possède ses propres points de vente au détail et approvisionne d'autres commerces. Pok Brothers et Malayan Refrigerating se consacrent exclusivement à l'importation et à la distribution.

4.3 Réseau de distribution

Pour les importations considérées dans le cadre de cette étude, soulignons que, de façon générale, les importateurs distribuent directement les produits qu'ils importent aux commerces de détail (supermarchés et autres), bien que l'on recoure aussi aux grossistes pour certains articles ou pour les secteurs où la demande est faible.

5.0 APPRÉCIATION DES PRODUITS CANADIENS

5.1 Pok Brothers

M. Tony Pok, de Pok Brothers, juge les produits canadiens coûteux par rapport aux produits semblables provenant d'ailleurs. Il mentionne notamment les pommes de terre frites, que son entreprise achète par conteneurs des États-Unis, et le miel, qu'il commandait autrefois aux exportateurs canadiens mais qu'il achète maintenant de l'Australie.

Il signale aussi que, d'après son expérience, les producteurs canadiens sont lents à réagir à l'intérêt manifesté par les Malaisiens. À ce sujet, il mentionne qu'il a reçu l'an dernier les membres d'une délégation commerciale provinciale, qui n'ont pas donné suite à ses demandes.

M. Pok estime par ailleurs que les importateurs malaisiens connaissent mal la gamme de produits alimentaires canadiens accessibles. Il aurait souhaité visiter le Canada, comme l'avaient invité à le faire les membres de la délégation commerciale, mais cette invitation est demeurée lettre morte.

M. Pok se dit intéressé à rencontrer la délégation commerciale ontarienne qui se rendra bientôt dans la région à l'instigation de M. Michael Loh, représentant principal du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, en poste à Tokyo.

Il serait selon nous profitable de tenir M. Pok au courant des détails de cette visite.

5.2 Cold Storage

M. Hiew Koon Ming, de Cold Storage, souligne lui aussi la cherté des produits alimentaires canadiens. Il estime que les produits exposés par son entreprise à la Foire canadienne de l'alimentation, tenue aux mois de mars et d'avril 1989, ne convenaient pas pour deux raisons. En premier lieu, certains des produits affichaient des prix plus élevés que leurs équivalents provenant d'Australie, du Royaume-Uni et des États-Unis, que la Malaisie importe déjà, plus particulièrement les tartinades et le miel. En second lieu, il a jugé que plusieurs des produits ne tenaient pas compte des préférences gustatives des Malaisiens.

Cold Storage tiendra une autre activité de promotion des produits canadiens au mois de septembre 1990. M. Hiew estime qu'il serait opportun d'inviter les importateurs malaisiens à visiter le Canada. Ces derniers pourraient y choisir les produits dont le prix est plus approprié au contexte malaisien et orchestrer ensuite la promotion en conséquence.

M. Hiew souligne que Cold Storage discute avec la Canada West Trading Corporation en vue d'organiser la visite au Canada d'importateurs malaisiens.

5.3 Malayan Refrigerating

M. Johan Tung, de Malayan Refrigerating, estime lui aussi que les prix des produits canadiens font problème. Par exemple, les pommes de terre frites canadiennes s'échangent à un prix plus élevé que les pommes de terre frites provenant des États-Unis. En Malaisie, outre que ce soient les pommes de terre frites américaines qui jouissent d'une réputation de qualité, l'Office de la pomme de terre est prêt à investir dans la promotion. Pour que les pommes de terre frites canadiennes réussissent à pénétrer le marché malaisien, il faudra en réviser le prix, car leur qualité ne le justifie pas, selon M. Tung.

Malayan Refrigerating importe des produits McCain depuis trois ans et demi et prévoit continuer à le faire.

6.0 CONCLUSION

Les débouchés malaisiens pour les aliments importés du Canada sont modestes et plutôt stagnants. Du point de vue des Malaisiens, le prix constitue le principal problème, car les produits canadiens sont vus comme plus dispendieux que leurs équivalents provenant des États-Unis, du Royaume-Uni, d'Australie et de Nouvelle-Zélande.

Pour accroître la part canadienne du marché global des aliments importés, la mesure la plus efficace consisterait probablement à entretenir de meilleures relations avec les importateurs malaisiens afin qu'ils connaissent mieux toute la gamme des produits canadiens. De cette manière, il serait peut-être possible de trouver des créneaux pour les produits canadiens qui correspondent aux goûts des Malaisiens. Toutefois, ces créneaux pourraient être modestes, et, pour la majorité des produits, il faudra pratiquer des prix plus concurrentiels pour se tailler une plus large part du marché.

ANNEXE A

PRINCIPAUX POINTS DE CONTACT

1. Pok Brothers Sdn Bhd
Contact : M. Tony Pok
Directeur des ventes
Adresse : Lotissement 12, Jalan Tukul (16/5)
Shah Alam Industrial Estate
40000 Selangor
Tél. : 03 5505030
Télé. : 03 5505680
Télex : MA 37496 POK-BRO
2. Cold Storage Trading Bhd
Contact : M. Hiew Koon Ming
Directeur général adjoint
Adresse : 12^e étage, Kompleks Kewangan
82 Jalan Raja Chulan
50200 Kuala Lumpur
Tél. : 03 2612177
Télé. : 03 2619802
3. Malayan Refrigerating
Sdn Bhd
Contact : Encik Johan Tung bin Abdullah
Directeur de succursale
Adresse : Lotissement 1050, Jalan Dua
Selayang Baru
68100 Batu Caves
Selangor
Tél. : 03 6188098
Télé. : 03 2613041
4. Natvest Sdn Bhd
Contact : M. Lee Fook Seng
Responsable des achats
Aliments en conserve
Adresse : 3-5^e étage, Wisma SPS
32 Jalan Imbi
55100 Kuala Lumpur
Tél. : 03 2412155/3166
Télé. : 03 2411036

ANNEXE B

Produits d'Australie et de Nouvelle-Zélande
bénéficiant d'un tarif préférentiel

Produit et code S.H.	Unité	Droit (\$M)	Surtaxe	Taxe de vente	Réduction ANASE
Lait et crème de lait, non concentrés et additionnés de sucre ou d'autres édulcorants.					
- D'une teneur en poids de matières grasses n'excédant pas 1 % :					
0401.10.100					
- En boîtes hermétiquement closes Tarif préférentiel	100 kg	8,82 franchise	néant	néant	néant
- D'une teneur en poids de matières grasses excédant 1 % mais n'excédant pas 6 % :					
0401.20.100					
- En boîtes hermétiquement closes Tarif préférentiel	100 kg	8,82 franchise	néant	néant	néant
- D'une teneur en poids de matières grasses excédant 6 % : Lait :					
0401.30.110					
- En boîtes hermétiquement closes Tarif préférentiel	100 kg	8,82 franchise	néant	néant	néant
Crème :					
0401.30.210					
- En boîtes hermétiquement closes Tarif préférentiel	100 kg	8,82 franchise	5 %	néant	néant
Lait et crème de lait, concentrés ou additionnés de sucre ou d'autres édulcorant.					
- En poudre, en granules ou sous d'autres formes solides, d'une teneur en poids de matières grasses n'excédant pas 1,5 % :					
0402.10.100					
- Écrémés, pour consommation humaine, en emballages de plus de 5 kg Tarif préférentiel	100 kg	8,82 franchise	néant	néant	25 %

0402.10.200	- Écrémés, pour consommation humaine, en emballages n'excédant pas 5 kg	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	Tarif préférentiel		franchise			
0402.10.300	- Écrémés, pour consommation animale	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	Tarif préférentiel		franchise			
	- En poudre, en granules ou sous d'autres formes solides, d'une teneur en poids de matières grasses excédant 1,5 % :					
	- Sans addition de sucre ou d'autres édulcorants : Lait :					
0402.21.191	- Avec toute sa crème	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	Tarif préférentiel		franchise			
0402.21.190	- Autres	100 kg	8,82	néant	néant	néant
	Tarif préférentiel		franchise			
0402.21.200	- Crème	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	Tarif préférentiel		franchise			
	- Autres : Lait :					
0402.29.191	- Avec toute sa crème	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	Tarif préférentiel		franchise			
0402.29.199	- Autres	100 kg	8,82	néant	néant	néant
	Tarif préférentiel		franchise			
0402.29.200	- Crème	100 kg	8,82	néant	néant	25 %
	Tarif préférentiel		franchise			
	- Autres :					
	- Sans addition de sucre ou d'autres édulcorants : Lait :					
0402.91.110	- Lait condensé	100 kg	33,07	5 %	néant	25 %
	Tarif préférentiel	100 kg	24,25			
0402.91.190	- Autres	100 kg	8,82	5 %	néant	néant
	Tarif préférentiel		franchise			
0402.91.200	- Crème	100 kg	8,82	5 %	néant	néant
	Tarif préférentiel		franchise			
	- Autres : Lait :					

0402.99.110						
- Lait condensé	100 kg	41,89	5 %	néant	néant	
Tarif préférentiel	100 kg	33,07				
0402.99.190						
- Autres	100 kg	8,82	5 %	néant	néant	
Tarif préférentiel		franchise				
0402.99.200						
- Crème	100 kg	8,82	5 %	néant	25 %	
Tarif préférentiel		franchise				

Babeurre, lait et crème caillés, yoghourt, képhir et autres laits et crèmes fermentés ou acidifiés, même concentrés ou additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ou aromatisés ou additionnés de fruits ou de cacao.

- Yoghourt :

0403.10.190						
- En boîtes hermétiquement closes	100 kg	8,82	néant	néant	néant	
Tarif préférentiel		franchise				
0403.90.190						
- En boîtes hermétiquement closes	100 kg	8,82	néant	néant	néant	
Tarif préférentiel		franchise				

Beurre et autres matières grasses du lait.

0405.00.900						
- Matières grasses du lait anhydres	kg	0,22	5 %	5 %	25 %	
Tarif préférentiel	kg	0,13				

Fruits, noix et autres parties comestibles de plantes, autrement préparés ou conservés avec ou sans addition de sucre ou d'autres édulcorants ou d'alcool, non dénommés ni compris ailleurs.

- Agrumes :

Avec addition de sucre ou d'édulcorant ou d'alcool :

2008.30.911						
- En boîtes hermétiquement closes	tonne	30 %	néant	néant	30 %	
Tarif préférentiel		15 %				

Autres :

2008.30.991						
- En boîtes hermétiquement closes	kg	30 %	néant	5 %	néant	
Tarif préférentiel		15 %				

- Poires :

Avec addition de sucre ou d'édulcorant ou d'alcool :

2008.40.911					
- En boîtes hermétiquement closes	tonne	30 %	néant	néant	25 %
Tarif préférentiel		15 %			
Autres :					
2008.40.991					
- En boîtes hermétiquement closes	kg	30 %	néant	5 %	néant
Tarif préférentiel		15 %			
- Abricots :					
Avec addition de sucre ou d'édulcorant ou d'alcool :					
2008.50.911					
- En boîtes hermétiquement closes	tonne	30 %	néant	néant	30 %
Tarif préférentiel		15 %			
Autres :					
2008.50.991					
- En boîtes hermétiquement closes	kg	30 %	néant	5 %	30 %
Tarif préférentiel		15 %			
- Cerises :					
Avec addition de sucre ou d'édulcorant ou d'alcool :					
2008.60.911					
- En boîtes hermétiquement closes	tonne	30 %	néant	néant	25 %
Tarif préférentiel		15 %			
Autres :					
2008.60.991					
- En boîtes hermétiquement closes	kg	30 %	néant	5 %	néant
Tarif préférentiel		15 %			
- Pêches :					
Avec addition de sucre ou d'édulcorant ou d'alcool :					
2008.70.911					
- En boîtes hermétiquement closes	tonne	30 %	néant	néant	30 %
Tarif préférentiel		15 %			
Autres :					
2008.70.991					
- En boîtes hermétiquement closes	kg	30 %	néant	5 %	néant
Tarif préférentiel		15 %			
- Fraises :					
Avec addition de sucre ou d'édulcorant ou d'alcool :					

2008.80.911

- En boîtes hermétiquement
closes
Tarif préférentiel

tonne	30 %	néant	néant	25 %
	15 %			

Autres :

2008.80.991

- En boîtes hermétiquement
closes
Tarif préférentiel

kg	30 %	néant	5 %	néant
	15 %			

- Autres :

Avec addition de sucre ou
d'édulcorant ou d'alcool :

2008.92.911

- En boîtes hermétiquement
closes
Tarif préférentiel

tonne	30 %	néant	néant	25 %
	15 %			

Autres :

2008.92.991

- En boîtes hermétiquement
closes
Tarif préférentiel

kg	30 %	néant	5 %	néant
	15 %			

ANNEXE C

DES NOUVELLES DE NOS CADRES

Des nouvelles de nos cadres

* Econsult Sdn. Bhd.
* Strategic Consulting Group
Sdn. Bhd.

MISE EN OEUVRE RÉUSSIE DE LA PREMIÈRE PHASE DU PROGRAMME D'ÉTUDES EN COMMERCIALISATION DES EXPORTATIONS

L'Institut de développement des marchés, dont le siège est situé à Genève, a félicité SCG pour la mise en oeuvre réussie de la première phase de son programme d'études menant à l'obtention d'un diplôme en commercialisation des exportations. M. G. A. Schmoll, directeur de l'Institut et conseiller auprès d'organisations internationales comme le Centre du commerce international, la CNUCED, le GATT et l'Organisation mondiale du tourisme, se réjouit à l'idée de lancer bientôt un nouveau programme de gestion des exportations, destiné aux cadres supérieurs.

[bas de vignette]

Des cadres supérieurs de SCG en compagnie de Y. B. Anwar Ibrahim, ministre de l'Éducation.

DES FABRICANTS AUSTRALIENS À LA RECHERCHE D'AGENTS EN MALAISIE

À la suite de recommandations formulées dans les études de marché réalisées par Econsult, un nombre grandissant de fabricants australiens visitent la Malaisie. Cette première prise de contact leur permet d'évaluer les possibilités commerciales et de discuter avec les agents identifiés par Econsult.

Récemment, des fabricants de logiciels, de charrues, de fibres optiques, de boîtes de vitesse, de valves, de matériel d'entretien, etc. des routes sont venus en Malaisie.

POUR UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION DES EXPORTATIONS

M. David Dennis, économiste, M. Adrian Villanueva et M. Allen Oberndorf, conseillers principaux en commercialisation des exportations, animeront un séminaire d'une durée de deux jours sur la gestion des exportations, à Kuala Lumpur, du 20 au 23 juillet 1989. Le séminaire a été conçu à l'intention des organismes gouvernementaux, des fabricants, des commerçants, des établissements financiers, des compagnies de navigation, des compagnies aériennes et d'autres organismes s'intéressant à l'exportation. Parmi les sujets les plus importants qui seront abordés, notons les possibilités commerciales et les perspectives d'avenir pour les pays membres de l'ANASE, une étude de cas sur la pénétration du marché japonais et une table ronde sur l'Europe de 1992.

DES ASSOCIÉS DANS LE MONDE ENTIER : Londres - New York - Paris - Sydney - Genève - Hong Kong - Tokyo - Singapour - Manille - Los Angeles

PORTRAIT DE DAVID DENNIS

M. David Dennis, originaire d'Australie, occupe le poste de directeur délégué d'Econsult Sdn Bhd depuis la fondation de la société en 1985. M. Dennis est titulaire d'un baccalauréat en commerce et d'une maîtrise en économique.

Avant son arrivée en Malaisie, M. Dennis a travaillé à titre d'économiste principal en Papouasie - Nouvelle-Guinée, de 1971 à 1976 et de 1979 à 1985. Pendant cette période, il a été au service du ministère du Travail et de l'Industrie, du ministère des Finances et de l'Office de planification nationale. Il a conseillé les autorités gouvernementales sur les questions économiques d'ordre général, ainsi que sur des questions plus particulières de perfectionnement, de planification et de formation des ressources humaines.

En 1983, il devient expert-conseil à plein temps. Depuis, sa clientèle regroupe entre autres la Banque mondiale, la Banque asiatique de développement (BAD), l'Australian Development Assistance Bureau et l'Institut de recherche sociale et économique appliquée de Papouasie - Nouvelle-Guinée, outre de nombreux représentants des secteurs public et privé de Papouasie - Nouvelle-Guinée, d'Australie, de Malaisie et d'Indonésie.

David Dennis arrive en Malaisie en 1984, à titre de spécialiste de la gestion des ressources humaines affecté à l'étude sur la formation de la main-d'oeuvre, financée par la Banque mondiale et réalisée pour le compte du ministère malaisien du Travail. En 1985, il revient à titre de conseiller en gestion des ressources humaines et en économique pour les besoins du Plan directeur de l'industrie réalisé sous l'égide de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI). Il a rempli son plus récent mandat pour le compte d'une organisation internationale d'octobre à décembre 1988, travaillant à titre de spécialiste de la main-d'oeuvre et de la planification économique dans le cadre du Deuxième Projet de perfectionnement professionnel de la BAD, en Indonésie. Ce projet visait à évaluer la proposition d'un emprunt de 150 millions de dollars américains destiné au système d'enseignement professionnel.

M. Dennis a aussi beaucoup d'expérience dans les études de marché et est responsable du Programme stratégique d'accès au marché réalisé par Econsult en Malaisie depuis 1986 pour le compte du ministère de l'Industrie, de la Technologie et des Ressources de l'État australien de Victoria.

INSTITUT MALAISIE DES ADMINISTRATEURS

LE PRIX DES ADMINISTRATEURS ATTRIBUÉ À ROBERT KUOK

SCG a été invité par l'Institut malaisien des administrateurs à féliciter M. Robert Kuok, homme d'affaires très en vue, qui s'est vu conférer le titre de membre de l'Institut.

Dans son allocution, M. Kuok a brièvement dépeint l'esprit de concertation qui anime les secteurs public et privé, l'état actuel des activités des grandes sociétés, la conjoncture économique et les conditions du succès de la Malaisie.

DES STRATÉGIES GAGNANTES POUR ATTEINDRE À L'EXCELLENCE

La qualité des relations à l'intérieur d'une entreprise constitue un facteur de productivité qui détermine l'image, la qualité du produit, la conception, la distribution, la fiabilité et l'excellence du service. Voilà l'objet du nouveau programme de formation en gestion de la commercialisation que coanimeront MM. Steve Subramaniam et Allen Oberndorf, tous deux membres de SOG. Le premier a charge des Affaires générales, tandis que le second, ancien conseiller de la Banque mondiale auprès des gouvernements du Canada et de la Malaisie ainsi que d'entrepreneurs privés des pays membres de l'ANASE, est aujourd'hui conseiller associé en commercialisation.

Les objectifs du programme sont les suivants :

- a) déterminer les ressources créatrices de la direction d'entreprise et la stratégie de commercialisation comme facteurs garants de la réussite;
- b) évaluer les plus récentes techniques de commercialisation dynamique adaptées à un environnement concurrentiel et en discuter;
- c) recommander l'adoption de stratégies novatrices afin d'atteindre à l'excellence en matière de ventes et de commercialisation.

[bas de vignette]

M. Steve Subramaniam, directeur des Affaires générales de SOG, et M. William Miller, ancien conseiller principal au programme Innovations commerciales de SRI International (Stanford Research Institute, Californie).

ECONSULT CONSEILLE LA BANQUE ASIATIQUE DE DÉVELOPPEMENT

Econsult fournira son expertise économique dans le cadre de deux études commandées par la Banque asiatique de développement.

Pour la première, M. David Dennis, directeur délégué, a été embauché à titre de spécialiste de la gestion des ressources humaines et de la planification économique dans le cadre du Deuxième Projet de perfectionnement professionnel, en Indonésie. Cette étude a été réalisée d'octobre à décembre 1988.

La seconde, qui concerne la Malaisie, vise l'amélioration des infrastructures des villages côtiers. M. Chang Yii Tan, conseiller associé d'Econsult, a été engagé à titre d'analyste économique afin d'évaluer les coûts et avantages sociaux rattachés à la fourniture de services sanitaires à 50 villages côtiers de la Malaisie orientale et de la Malaisie occidentale. L'étude, qui est actuellement en cours, sera terminée au milieu de l'année.

ÉLARGISSEMENT DU PROGRAMME STRATÉGIQUE D'ACCÈS AU MARCHÉ

M^{me} June Ooi, conseillère d'Econsult, visite la Malaisie orientale et Brunei afin d'y effectuer une étude de marché pour trois produits fabriqués dans l'État australien de Victoria.

Cette visite marque l'élargissement du Programme stratégique d'accès au marché, qui était auparavant offert par Econsult pour la Malaisie occidentale et Singapour.

CONSEIL DE L'EXPANSION DES AFFAIRES MALAISIE - ÎLE MAURICE

M. Bob Lee, directeur délégué, et M^{me} Helen Mun, directrice de l'expansion, tous deux de SOG, ont été invités à se joindre au comité de gestion du Conseil de l'expansion des affaires Malaisie - Île Maurice, affilié à la Chambre de commerce et d'industrie de la Malaisie.

Le Conseil servira de forum aux intervenants du monde des affaires qui pourront y échanger leurs vues et discuter des projets nationaux et internationaux qui touchent l'entreprise et les ressources humaines en Malaisie et à l'Île Maurice.

Le Conseil est présidé par M. Ghazali bin Dato' Yusoff; M^{me} Helen Mun est directrice responsable des adhésions.

ECONSULT INVITÉE À SOUMISSIONNER UN GRAND PROJET DE KIM

Econsult a récemment été invitée à présenter une soumission pour un projet visant la réévaluation des tarifs passagers sur les trains et les ferrobuses de l'Administration malaisienne des chemins de fer (KIM). Ce projet constitue une part importante des efforts déployés par KIM afin d'accroître ses recettes et d'affermir son caractère commercial.

L'étude comprendra la réalisation de grands sondages sur le trafic voyageurs par rail, route et air, et de prévisions de la demande et d'analyses des coûts.

Si la soumission est acceptée, l'équipe d'Econsult se composera de M^{me} Esther Tan et de M. David Dennis, du bureau de Kuala Lumpur, et de M. Stewart Joy, du service des transports d'Econsult, situé à Sidney. M. Joy a auparavant été au service du British Railways Board, à titre d'économiste en chef, et a conseillé des entreprises de transport ferroviaire au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Australie et en Malaisie.

EXCELLENCE EN COMMERCIALISATION

SOG a eu l'honneur de voir deux de ses conseillers associés, MM. Geoff Lancaster et Lester Massingham, cosigner un important ouvrage intitulé Essentials of Marketing, publié chez McGraw-Hill. M. Lancaster a abondamment écrit dans des publications savantes et fait partie du conseil de rédaction de trois journaux traitant de commercialisation publiés aux États-Unis et au Royaume-Uni. Il a aussi siégé au sein de divers comités de l'Institute of Marketing (Royaume-Uni), qui compte 21 000 adhérents recrutés à l'échelle mondiale.

[bas de vignette]

M. Geoff Lancaster, de Londres, conseiller associé de SOG, discute de commercialisation avec M. Abdullah Mohd. Yusof, président du conseil.

LE SÉMINAIRE SUR LA VENTE PARRAINÉ PAR JAYCEES

L'organisation Jaycees de Kuala Lumpur, affiliée à Jaycees International qui regroupe plus de 500 000 membres dans le monde entier, a présenté un séminaire intitulé La touche gagnante en affaires, qui a eu lieu le 29 mars 1989. On retrouvait au nombre des conférenciers M. Tan Joo Seet, vice-président de Zenger Miller Southeast Asia; M. K. C. Lau, directeur général de Markrite Sdn. Bhd., et M. Steve Subramaniam, directeur des Affaires générales de SOG.

Econsult Sdn. Bhd.

31^e étage, Menara Tun Razak, Jin. Raja Laut 50350 Kuala Lumpur
Tél. : 03-2934677/8, télex : Pelara MA 31687, téléc. : 03-2982501

Liste des Centres de Commerce International 4 Septembre 1990

COLOMBIE-BRITANNIQUE

Vancouver
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Scotia Tower
900-650, rue Georgia ouest
C.P. 11610
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Télécopieur: (604) 666-8330
Télex: 04-51191

Contact

M. Zen Burianyk
Délégué commercial principal
(604) 666-1438

Info MCCE: (604) 666-0434

ALBERTA

Edmonton
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Canada Place
Pièce 540
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Télécopieur: (403) 495-4507
Télex: 037-2762

Contact

M. Bill Roberts
Délégué commercial principal
(403) 495-2944

Calgary
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
11e étage
510 - 5e rue S.O.
Calgary (Alberta)
T5P 3S2
Télécopieur: (403) 292-4578

Contact

M. Gérald Milot
Délégué commercial principal
(403) 292-6660

RÉGION DE SASKATCHEWAN

Saskatoon
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
6e étage
105-21e rue est
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Télécopieur: (306) 975-5334
Télex: 074-2742

Contact

M. Al McEwen
Délégué commercial principal
(306) 975-4343
M. David Shortall
(306) 975-5318

Regina
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
1955, rue Smith, 4e étage
Regina, Saskatchewan
S4P 2N8
Télécopieur: (306) 780-6679
Télex: 071-2745

Contact

M. David Dix
Délégué commercial
(306) 780-6108

LES TERRITOIRES

Whitehorse
Pièce 301, 108, rue Lambert
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Télécopieur: (403) 668-5003

Contact

M. Larry Bagnell
(403) 668-4655

Yellowknife

10e étage
Precambrian Building
Sac Postal 6100
4922 - 52e rue
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Télécopieur: (403) 873-6228

Contact

M. Jeff Titterington
(403) 920-8575

MANITOBA

Winnipeg
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
8e étage, 330, avenue Portage
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Téléphone: (204) 983-8036
Télécopieur: (204) 983-2187
Télex: 07-57624

Contact

M. Tony van Rosmalen
Délégué commercial principal intérimaire
(204) 983-2387

Info MCCE: (204) 983-8036

ONTARIO

Toronto
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Dominion Public Building
4e étage
1, rue Front ouest
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Télécopieur: (416) 973-8161
Télex: 065-24378

Contact

M. Geoff Jones
Délégué commercial principal intérimaire
(416) 973-5052

Info MCCE: (416) 973-6786

QUÉBEC

Montréal
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Tour de la Bourse
800, Carré Victoria
Bureau 3800
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Télécopieur: (514) 283-3302
Télex: 055-60768

Contact

M. Haig Sarafian
Délégué commercial principal
(514) 283-6796

NOUVEAU-BRUNSWICK

Moncton
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Place l'Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Télécopieur: (506) 851-6429
Télex: 014-2200

Contact

M. Guy-André Gélinas
Délégué commercial principal
(506) 851-6440

Info MCCE: (506) 851-6452

NOUVELLE-ÉCOSSE

Halifax
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis
C.P. 940, Succursale "M"
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Télécopieur: (902) 426-2624
Télex: 019-22525

Contact

M. Michael Whalen
Délégué commercial principal
(902) 426-6125

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Charlottetown
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Confederation Court Mall
134, rue Kent, Pièce 400
C.P. 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Télécopieur: (902) 566-7450
Télex: 014-44129

Contact

M. Fraser Dickson
Délégué commercial principal
(902) 566-7443

TERRE-NEUVE

St. John's
CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
C.P. 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Télécopieur: (709) 772-2373
Télex: 016-4749

Contact

M. Tom Greenwood
Délégué commercial principal
(709) 772-5511

DIRECTIONS GÉOGRAPHIQUES DE L'EXPANSION DU COMMERCE

Pour obtenir conseils et renseignements sur une région ou un pays donné, vous pouvez écrire aux délégués commerciaux des **Directions géographiques de l'expansion du commerce**, au 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2 (télex : 053-3745; télécopieur : (613) 996-9103). Veuillez indiquer dans votre lettre le nom (et l'acronyme) de la direction qui vous intéresse.

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN AFRIQUE (GAT)

Tél. : (613) 990-6593

Afrique du Sud, Algérie, Angola, Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Cap-Vert, Comores, Congo, Côte-d'Ivoire, Djibouti, Éthiopie, Guinée équatoriale, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Kenya, Lesotho, Libéria, Madagascar, Malawi, Mali, Maroc, Maurice, Mauritanie, Mozambique, Namibie, Niger, Nigéria, Ouganda, République centrafricaine, Rwanda, Sao Tomé-et-Principe, Sénégal, Seychelles, Sierra Leone, Somalie, Soudan, Swaziland, Tanzanie, Tchad, Togo, Tunisie, Zaïre, Zambie, Zimbabwe

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN ASIE ET DANS LE PACIFIQUE-SUD (PST) Tél. : (613) 996-0917

Afghanistan, Australie, Bangladesh, Bhoutan, Brunéi, îles du Pacifique-Sud, Inde, Indonésie, Malaisie, Myanmar, Népal, Nouvelle-Zélande, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Thaïlande

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE DANS LES ANTILLES ET EN AMÉRIQUE CENTRALE (LCT) Tél. : (613) 996-7059

Antilles françaises, Antilles néerlandaises, Bermudes, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haïti, Honduras, Mexico, Nicaragua, Panama, Pays antillais membres du Commonwealth, Porto Rico, République dominicaine

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN ASIE DE L'EST (PNC)

Tél. : (613) 992-7359

Chine, Corée, Hong-Kong, Indochine, Taïwan

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC LE JAPON (PNJ)

Tél. : (613) 995-1281

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE AU MOYEN-ORIENT (GMT)

Tél. : (613) 993-7040

Arabie saoudite, Bahreïn, Égypte, Émirats arabes unis, Iran, Iraq, Israël, Jordanie, Liban, Libye, Oman, République arabe du Yémen (Nord), République démocratique et populaire du Yémen (Sud), Qatar, Syrie

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN AMÉRIQUE DU SUD (LST)
Tél. : (613) 996-5546

Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Équateur, Paraguay,
Pérou, Uruguay, Venezuela

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE ET DU TOURISME AVEC LES
ÉTATS-UNIS (UTO) Tél. : (613) 993-7343

Atlanta, Buffalo, Boston, Dallas, Houston, Miami, New York,
Orlando, Philadelphie, Princeton, San Juan, Washington

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE ET DE L'INVESTISSEMENT AVEC
LES ÉTATS-UNIS (UTI) Tél. : (613) 991-5849

Chicago, Cincinnati, Cleveland, Dayton, Denver, Detroit,
El Segundo, Los Angeles, Minneapolis, Pittsburgh, San Diego,
San Francisco, Santa Clara, Seattle, St. Louis

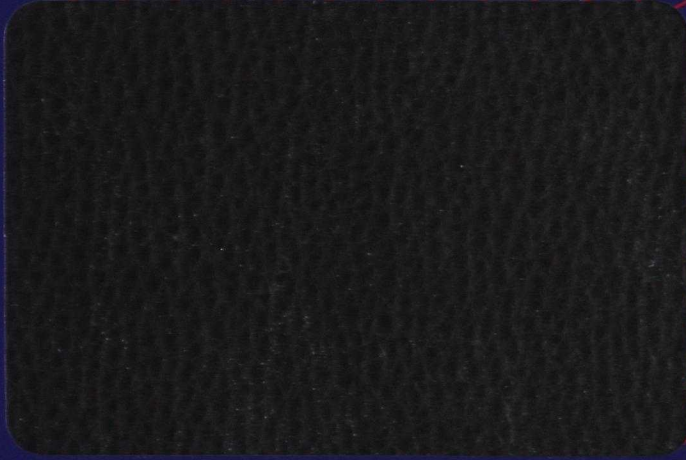
DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN URSS ET EN EUROPE DE
L'EST (RBT) Tél. : (613) 996-2858

Albanie, Bulgarie, Hongrie, Mongolie, Pologne, Roumanie,
Tchécoslovaquie, URSS, Yougoslavie

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE ET DE L'INVESTISSEMENT ET DE
LA TECHNOLOGIE EN EUROPE DE L'OUEST (RWT) Tél. : (613) 995-9401

Allemagne, Autriche, Belgique, Chypre, Danemark (y compris le
Groenland), Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande,
Italie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Norvège, Portugal,
Royaume-Uni, Suède, Suisse, Turquie

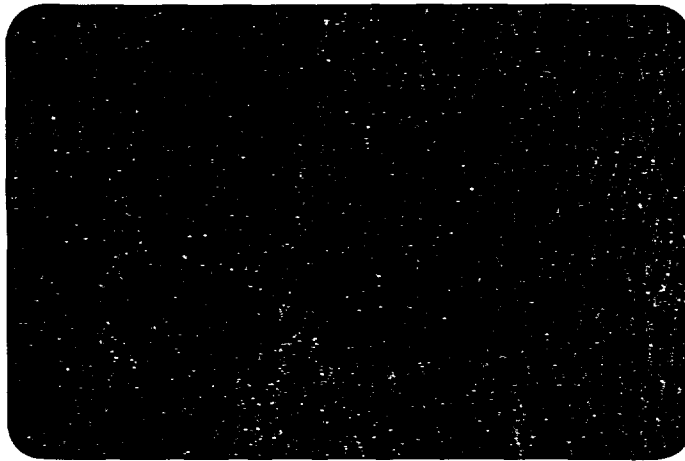
doc
CA1
EA660
90M17
EXF



Canada

External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Prepared by the International Trade
Development Branch

Publication préparée par le Secteur de
l'expansion du commerce extérieur



External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

.62369072 (E)
.62369084 (F)

MALAYSIAN SECTOR PROFILE:
IMPORTED FOOD

A Study Commissioned by
The Canadian High Commission
Kuala Lumpur

Distributed by:

Fisheries Division
External Affairs and
International Trade Canada
Telephone: 613-995-1712
Fax: 613-995-8384

Canadian High Commission
Kuala Lumpur
Malaysia
Telephone: 011-60-3-261-2000
Fax: 011-60-3-261-3428

Asia Pacific South Trade
Development Division
External Affairs and
International Trade Canada
Telephone: 613-996-0917
Fax: 613-996-9103

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

MAY 29 1991

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

43-265-637
43-259-290 (F)

ABSTRACT

This report gives an overview of the Malaysian market for imported foods. It discusses characteristics of the Malaysian market, including the size of the market, Canada's market share, major food imports, main supplying countries and the most significant Canadian exports to Malaysia. It considers tariffs and import licences and permits that are required. The report discusses aspects of the Malaysian food distribution system, including the major supermarkets and importers and the distribution chain. The report also provides comments made by Malaysian importers about Canadian imported foods. Contacts for further information are provided.

NOTICE TO READERS

This report is being distributed to Canadian fish and seafood exporters as part of a continuing effort to make information and reports prepared by Canadian trade posts abroad available to the Canadian industry.

The report examines the Malaysian market for imported food products and is designed to alert Canadian exporters to Malaysian market opportunities. Imports of food and beverage items to Malaysia in 1987 amounted to M\$2.2 billion. The Canadian share of those imports is quite low. In 1987 the Canadian share was M\$5.5 million or 0.25 per cent of total Malaysian food imports and was approximately the same in the first half of 1989. Smoked salmon and cod are the main Canadian fish product exports to Malaysia. The report concludes that the Malaysian market for food products from Canada is small and fairly stagnant, with the main problem being that Canadian food products are perceived to be more expensive than products from some other countries. The report states that it may be possible to find niche markets for some Canadian products but that for most products it will be necessary to compete on price in order to obtain a larger market share.

Exporters who are interested in serving the Malaysian market are encouraged to contact the International Trade Centre (ITC) in their province as their first point of contact with the Trade Commissioner Service. In addition, exporters may wish to contact the Fisheries Division or the geographic trade development divisions of External Affairs and International Trade Canada in Ottawa, or the posts directly for further information. A list of ITCs and geographic trade development divisions is provided at the end of this report. The "Directory of the Canadian Trade Commissioner Service" may be consulted for a list of names and addresses of posts abroad.

We hope that this report will assist your export marketing efforts. We are interested in your comments on this report. If the information is helpful please let us know. If you have any suggestions for future reports, please contact the Fisheries Division of External Affairs and International Trade Canada at 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2, Telephone (613) 995-1712, Fax (613) 995-8384.

Richard Ablett
Director
Fisheries Division

IMPORTED FOOD IN MALAYSIA

RESEARCH
CONDUCTED FOR
THE CANADIAN HIGH COMMISSION

Econsult Sdn Bhd
31st Floor, Menara Tun Razak
Jalan Raja Laut
50350 Kuala Lumpur

Tel: 03 2934677/8
Fax: 03 2982501

DECEMBER 1989

INDEX

	<u>Page</u>
1.0 Market Characteristics	1
1.1 Size and Canadian Share	2
1.2 Major Imports	5
1.3 Source Countries for Malaysian Food Imports	5
1.4 Main Items within Malaysian Imports of Canadian Product.	6
2.0 Import Tariffs	8
3.0 Import Approval	10
4.0 Distribution	11
4.1 Major Supermarket Chains	11
4.2 Major Importers	11
4.3 Distribution Chain	11
5.0 Importers Perceptions of Canadian Imported Food	12
5.1 Pok Brothers	12
5.2 Cold Storage	12
5.3 Malayan Refrigerating	13
6.0 Conclusion	13
Appendix A Principal Contacts	14
Appendix B Products for which Australia and New Zealand enjoy preferential entry	15
Appendix C Management Update	21

1.0 MARKET CHARACTERISTICS

1.1 Size and Canadian Share

Malaysia is a net importer of food. In 1987 food imports amounted to M\$3.0 billion, while exports came to M\$2.5 billion.¹

1987 imports in the categories covered in this study - i.e all food and beverage items except for live animals; unmilled grains and cereals; and feeding stuff for animals - were valued at M\$2.2 billion - see Table 1 below.

As can be seen from the Table, the 1987 Canadian share overall was M\$5.5m or 0.25 per cent. This increased to 0.52 per cent in 1988 due to expanded sales of Canadian powdered milk. However these sales declined in the first half of 1989, probably due to the preferential treatment given to Australian and New Zealand powdered milk (see Appendix B) and the overall Canadian share declined to 0.24 per cent - similar to the share of 1986 and 1987. By way of comparison, Canada's 1988 share of all imports into Malaysia was 1.24 per cent (M\$537.6 million out of a total of M\$43.4 billion).

The low level of Canadian representation in Malaysian food and beverage imports is spread across all categories. In only one category in one year (fresh and powdered milk and cream in 1988) did the Canadian share exceed two per cent. The category is largely - over 90 per cent by value - made up of powdered milk, the bulk of which comes from New Zealand and Australia.

1. These figures cover all the categories under SITC codes 001 to 099. Thus they do not include animal and vegetable fats and oils.

TABLE 1: IMPORTS OF FOOD AND BEVERAGES INTO MALAYSIA 1986-1989
(M\$'000 CIF)

SITC code	1986			1987			1988			1989*		
	Total	Canada	Canadian share %	Total	Canada	Canadian share %	Total	Canada	Canadian share %	Total	Canada	Canadian Share %
011	121617	-	-	129549	11	0.01	109546	-	-	66455	-	-
012	3835	-	-	4221	-	-	47216	3	0.01	25612	-	-
014	45141	4	0.01	47171	2	-	NA	NA	NA	NA	NA	-
016	NA	NA	NA	NA	NA	NA	7550	-	-	6623	-	-
017	NA	NA	NA	NA	NA	NA	39172	2	0.01	16715	3	0.02
022	208889	2199	1.05	241557	136	0.06	399990	9956	2.49	267450	1560	0.58
023	32299	-	-	34549	-	-	45442	3	0.01	30669	-	-
024	4815	-	-	6277	-	-	7424	1	0.01	4456	24	0.08
025	6140	-	-	6042	-	-	4835	-	-	2312	-	-
034	130381	120	0.09	153587	14	0.01	164878	268	0.16	99861	66	0.07
035	8410	26	0.31	9867	46	0.47	14127	206	1.46	7064	7	0.10
036	33748	3	0.01	38858	-	-	52723	65	0.12	35046	9	0.02
037	95997	9	0.01	95116	140	0.15	90080	10	0.01	53549	6	0.01
046	377	-	-	549	4	0.73	603	-	-	99	-	-
047	16157	-	-	16977	-	-	23121	-	-	11024	-	-
048	145686	201	0.14	143370	22	0.02	141810	27	0.02	77845	38	0.05
054	226516	531	0.23	216407	1386	0.64	273170	964	0.35	134554	607	0.45
056	54583	39	0.07	51836	52	0.10	56460	25	0.04	30828	36	0.12
057	193432	1479	0.76	201283	2909	1.45	210964	1934	0.92	114947	888	0.77
058	38317	118	0.31	33362	101	0.30	32739	118	0.36	16321	117	0.72
059	NA	NA	NA	NA	NA	NA	9673	11	0.11	5194	25	0.48
061	355735	-	-	343896	6	-	452513	30	0.01	227926	24	0.01
062	7116	-	-	8309	-	-	12178	30	0.25	8391	5	0.06
071	69655	-	-	39355	120	0.30	51770	-	-	24004	-	-
072	697	5	0.72	767	4	0.52	1199	-	-	850	-	-
073	4193	14	0.33	5005	1	0.02	8428	-	-	6641	2	0.03
074	20755	-	-	20788	-	-	21853	-	-	11883	-	-
075	52135	29	0.06	52219	40	0.08	55329	30	0.05	39678	16	0.04
091	2797	-	-	2094	-	-	3484	-	-	1490	-	-
098	169509	912	0.54	169891	515	0.30	255666	508	0.02	152472	188	0.12
111	4640	6	0.13	6203	-	-	5670	-	-	4046	-	-
112	80378	17	0.02	97940	12	0.01	120130	19	0.02	56586	11	0.02
TOTAL	2134310	5718		2177045	5521		2719743	14210		1540591	3632	
OVERALL CANADIAN SHARE (%)		0.27%			0.25%			0.52%			0.24%	

Source: 1986 and 1987 - External Trade Statistics, Imports,
Department of Statistics
1988 and 1989 - Computer Print Outs, Imports, Department
of Statistics.

N.A. = not applicable. This is because there were coding
changes for 1988 onwards. These do not have much effect
at the 3 digit Group level although care needs to be
taken when comparing at the 8 or 9 digit Item level.

Notes (i) The categories included in this Table cover all food
and beverage items except for : live animals; unmilled
grains and cereals; and feeding stuff for animals.

(ii) See next page for Coding Classifications. These were
current up to and including 1987. 1988 3 digit Group
Codes are similar except for the division described as
Meat and Meat Preparations. Canadian sourced imports
were negligible in these categories (011-017).

COMMODITY CLASSIFICATION BY SECTIONS, DIVISIONS AND GROUPS

Division Code	Group Code	Division Code	Group Code
SECTION 0 - FOOD AND LIVE ANIMALS CHIEFLY FOR FOOD			
00	Live animals chiefly for food	04	048 Cereal preparations and preparations of flour or starch of fruits or vegetables
001	Live animals chiefly for food	05	Vegetables and fruits
01	Meat and meat preparations	054	Vegetables, fresh, chilled, frozen or simply preserved (including dried leguminous vegetables); roots, tubers and other edible vegetables, n.e.s., fresh or dried
011	Meat and edible meat offals, fresh, chilled or frozen (except meat and meat offals unfit or unsuitable for human consumption)	056	Vegetables, roots and tubers, prepared or preserved, n.e.s.
012	Meat and edible meat offals, (except poultry liver), salted, in brine, dried or smoked	057	Fruit and nuts (not including oil nuts), fresh or dried
014	Meat and edible meat offals, prepared or preserved, n.e.s.; fish extracts	058	Fruit, preserved, and fruit preparations
02	Dairy products and birds' eggs	06	Sugar, sugar preparations and honey
022	Milk and cream	061	Sugar and honey
023	Butter	062	Sugar confectionery (except chocolate confectionery) and other sugar preparations
024	Cheese and curd	07	Coffee, tea, cocoa, spices, and manufactures thereof
025	Eggs, birds', and egg yolks, fresh, dried or otherwise preserved, sweetened or not	071	Coffee and coffee substitutes
03	Fish, crustaceans and molluscs, and preparations thereof	072	Cocoa
034	Fish, fresh (live or dead), chilled or frozen	073	Chocolate and other food preparations containing cocoa, n.e.s.
035	Fish, dried, salted or in brine; smoked fish (whether or not cooked before or during the smoking process)	074	Tea and mate
036	Crustaceans and molluscs, whether in shell or not, fresh (live or dead), chilled, frozen, salted, in brine or dried; crustaceans, in shell, simply boiled in water	075	Spices
037	Fish, crustaceans and molluscs, prepared or preserved, n.e.s.	08	Feeding stuff for animals (not including unmilled cereals)
04	Cereals and cereal preparations	081	Feeding stuff for animals (not including unmilled cereals)
041	Wheat (including spelt) and meslin, unmilled	09	Miscellaneous edible products and preparations
042	Rice	091	Margarine and shortening
043	Barley, unmilled	098	Edible products and preparations, n.e.s.
044	Maize (corn) unmilled	SECTION I - BEVERAGES AND TOBACCO	
045	Cereals, unmilled (other than wheat, rice, barley and maize)	11	Beverages
046	Meal and flour of wheat and flour of meslin	111	Non-alcoholic beverages, n.e.s.
047	Other cereal meals and flours	112	Alcoholic beverages

1.2. Major Imports

Table 2 shows the eight items which make up the bulk of Malaysian food and beverage imports.

TABLE 2: MAJOR FOOD IMPORTS INTO MALAYSIA 1986-1989

(M\$ '000 CIF)

SITC Code	1986		1987		1988		1989*	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
011	121617	5.7	129548	6.0	109546	4.0	66455	4.3
022	208889	9.8	241557	11.0	399990	14.7	267450	17.4
034	130381	6.1	153587	7.1	164878	6.1	99861	6.5
048	145686	6.8	143370	6.6	141810	5.2	77845	5.1
054	226516	10.6	216407	9.9	273170	10.0	134554	8.7
057	193432	9.1	201283	9.2	210964	7.8	114947	7.5
061	355735	16.7	343896	15.8	452513	16.6	227926	14.8
098	169509	7.9	169891	7.8	255666	9.4	152472	9.9
Others	582245	27.3	577505	26.5	711206	26.1	399081	25.9
TOTAL	2134310	100	2177045	100	2719743	100	1540591	100

* January - June

Source: Table 1

Percentages may not add due to rounding

From the data presented above it can be seen that group 022 - milk and cream - is the category that is growing fastest in both relative and absolute terms. The other growth market in relative terms is group 098 - edible products and preparations not elsewhere specified - where the share of food imports has increased from 7.9 per cent in 1986 to 9.9 per cent for the first half of 1989.

1.3 Source Countries for Malaysian Food Imports

Table 3 below presents the major import sources for Malaysian food and beverage imports.²

2. Excluding live animals; unmilled grains and cereals; and feeding stuff for animals.

TABLE 3: MAJOR SOURCES OF MALAYSIAN FOOD AND BEVERAGE IMPORTS AND MARKET SHARE 1987 AND 1988

	1987		1988	
	Value (M\$ '000 CIF)	Market Share (%)	Value (M\$ '000 CIF)	Market Share (%)
Australia	471219	21.64	597002	21.95
Thailand	317638	14.59	330033	12.13
New Zealand	181448	8.33	117736	4.33
China	180962	8.31	224486	8.25
US	147592	6.78	184125	6.77
India	123752	5.68	150314	5.53
Canada	5521	0.25	14210	0.52
Others	748913	34.40	1101837	40.51
TOTAL	2177045	100	2719743	100

Source: As for Table 1.
Percentages may not add due to rounding.

It can be noted from this Table that overall food and beverage imports have risen quite strongly between 1987 and 1988 and growth was recorded at 24.9 per cent. Strong growth looks likely to continue for 1989 and on an annualized basis growth of food and beverage imports for the first half of 1989 has exceeded 13 per cent. These growth rates reflect the increasing prosperity of Malaysia where the real annual growth rate of the gross domestic product has been 5.2 per cent in 1989 and 8.6 per cent in 1988. The Ministry of Finance forecasts a growth rate of 7.6 per cent for 1989 and 6.5 per cent for 1990.³

1.4. Main Items within Canadian Imports

Within the relatively small value of Malaysian imports of food and beverages from Canada, two items stand out. These are powdered milk and fresh apples. Between them, these two items have made up over 50 per cent of Canadian import value in each year since 1986.

However, as can be seen from Table 4, the import performance of each of these items taken separately has been very uneven, with strong growth in one year being followed by equally strong decline the next. This is reflected in an equally erratic performance for Malaysian food and beverage imports from Canada taken as a whole.

3. Economic Report 1989/90, Ministry of Finance, October 1989.

TABLE 4: SELECTED ITEMS AS PERCENTAGES OF MALAYSIAN FOOD AND BEVERAGE IMPORTS FROM CANADA

	1986		1987		1988		1989*	
	Value (M\$ '000 CIF)	%	Value (M\$ '000 CIF)	%	Value (M\$ '000 CIF)	%	Value (M\$ '000 CIF)	%
Whey Powder	319	5.6	136	2.5	234	1.6	69	1.9
Powdered or granulated skimmed milk	1855	32.4	-	0	9677	68.1	1442	39.7
Dried Beans	287	5.0	38	0.7	NA	NA	NA	NA
Potatoes, cooked or uncooked, frozen	NA	NA	NA	NA	658	4.6	568	15.6
Frozen vegetables	186	3.3	259	4.7	NA	NA	NA	NA
Apples	1470	25.7	2899	52.5	1888	13.3	888	24.4
Non-alcoholic preparations for beverages	162	2.8	238	4.3	275	1.9	109	3.0
Other food preparations NES	60	10.5	160	2.9	168	1.2	57	1.6
Smoked Pacific Salmon	NA	NA	NA	NA	107	0.8	2	0.1
Smoked salmon	25	0.4	45	0.8	99	0.7	3	0.1
Cod	NA	NA	NA	NA	206	1.4	-	0
Other	812	14.2	1746	31.6	898	6.3	494	13.6
TOTAL	5718	100	5521	100	14210	100	3632	100

* January - June

Source : As for Table 1

N.A. = not applicable. Changing codes in 1988 mean that these values for these items cannot be obtained for all years.

N.E.S. = not elsewhere specified.

Percentages may not add due to rounding.

2.0 IMPORT TARIFFS

Other than for ASEAN countries, tariffs for imported fresh and processed food and beverages are mostly imposed on a most favoured nation basis i.e. the duty for a particular import is the same irrespective of the country of origin. The exceptions to this occur in some categories of dairy products (fresh and processed); and in some categories of processed fruits. In these cases preferential treatment is given to Australia and New Zealand. The preference ranges from duty free entry in some cases to an import duty half that faced by non ASEAN countries in others. Products treated in this fashion are listed in Appendix B.

This preferential arrangement came into force on January 1st 1988 under the Customs Duties Order 1988. The major impact as far as Canada is concerned relates to powdered skimmed milk. The Canadian product (and that from other countries) faces an import duty of M\$8.82 per 100kg whereas the Australian and New Zealand products come in duty free.

Food and beverage products from Asean countries receive a reduction in import duties of varying amounts according to the product in question. The range is from 0 to 100 per cent (i.e free entry). Typically, Asean countries get preference in the range of 25-40 per cent reduction in import duties.

Duties applicable to the Canadian imports listed for 1988 and 1989 in Table 2 are as follows:

TABLE 5: DUTIES APPLICABLE TO SELECTED FOOD AND BEVERAGE IMPORTS

Product	i) SITC and ii) Harmonized System Codes	Unit of Qty	Import Duty (M\$)	Surtax	Sales Tax	Asean Preference
Whey Powder	i) 022.410.910 ii) 0404.10.910	100 kg	8.82	Nil	Nil	25%
Powdered or granulated skimmed milk	i) 022.210.100 ii) 0402.10.100	100 kg	8.82(1)	Nil	Nil	25%
Potatoes, cooked or uncooked, frozen	i) 034.691.000 ii) 0710.10.000	tonne	2%	Nil	5%	Nil
Apples	i) 057.400.000 ii) 0808.10.000	tonne	661.40	5%	5%	25%
Non-Alcoholic preparations for beverages	i) 098.999.400 ii) 2106.90.400	litre	2%	Nil	5%	25%
Other food preparations NES	i) 098.999.990 ii) 2106.90.990	tonne	35%	Nil	5%	Nil
Smoked Paci- fic salmon	i) 035.310.000 ii) 0305.41.000	kg	50%	Nil	5%	40%
Smoked Salmon	i) 035.400.210 ii) 0305.20.210	tonne	50%	Nil	5%	Nil
Cod	i) 034.250.000 ii) 0303.60.000	tonne	Nil	Nil	Nil	Nil

Source: 1) Practical Guide to Customs Duties Order, Amendments to 8th March 1989, MDC Sdn Bhd

2) 1989/90 Budget, October 27th 1989

Note: Import duty and surtax are based on CIF prices while sales tax is based on CIF price + import duty + surtax.

The SITC codes used in the Table above are the basis of the statistical collections while the Harmonized System Code is the one used by the Department of Customs and Excise to determine the relevant duties payable.

3.0 IMPORT APPROVAL

For many food and beverage products an import permit or licence is required for entry into Malaysia. These permits are issued routinely by various government authorities on a consignment by consignment basis. Details of which authority is responsible for various products are included as examples in Table 6 below. The Table also includes details of inspection requirements in cases where there is no requirement for an import licence.

TABLE 6: IMPORTING REQUIREMENTS

Item	Harmonized Code No.	Import Requirement
Processed cheese not grated or powdered	0406 20	Import Permit issued by or on behalf of the Director General of Veterinary Services.
Butter	0405 00 900	- do -
Powdered Milk	0402 10	- do -
Jam and Fruit Jellies	2007 99 100	Nil
Ham fresh, chilled or frozen, not cooked or cured	0203	Import Permit issued by or on behalf of the Director General of Veterinary Services.
Sausages and similar products of meat, meat offal or blood	1601 00 100 1601 00 900	- do -
Wine not exceeding 15% vol.	2204 29 110	Nil
Margarine	1517 10	Nil
Carrots	0706 10	Subject to inspection and, if necessary, treatment by the Dept. of Agriculture prior to clearance by Customs.
Cabbage	0704 90	Import Licence from the Fed. Agricultural Marketing Authority.
Apples	0808	Subject to inspection and, if necessary, treatment by the Dept. of Agriculture prior to clearance by Customs.

Oranges	0805 10 100	- do -
Chocolate blocks, slabs or bars	1806 31 100	Nil
Uncooked pasta	1902.1	Nil
Frozen pizza	2106 90 990	Nil

Source: Practical Guide to Customs Duties Order, Amendments up to 8th March 1989, MDC Sdn Bhd

4.0 DISTRIBUTION

4.1 Major Supermarket Chains

The leading supermarket chain in Malaysia has about 30 outlets and trades under the name Parkson. It is part of the locally owned Lion Group of companies. Purchasing for the chain is the responsibility of Natvest Sdn Bhd, another Lion company.

For supply of imported foods Natvest relies on independent importers although it may specify the country of origin for particular products e.g Sunkist oranges.

Natvest buys some Canadian frozen foods but does not purchase Canadian fresh meat, fresh fruit and vegetables, or dry groceries.

The other supermarket chains are very much smaller with Singaporean controlled Cold Storage currently having five outlets and the Japanese groups Yaohan and Jusco having three and two outlets respectively. According to press reports, Cold Storage plans to open three more supermarkets in 1990 (Star, September 7th, 1989), while Jusco plans three more over the next three years and expects to operate eight to ten stores throughout Malaysia within five years. (Business Times, October 19th, 1989)

4.2 Major Importers

The biggest food importers into Malaysia are Pok Brothers, Cold Storage and Malayan Refrigerating (see Appendix A for contacts in each of these companies). Cold Storage has its own retail outlets but also supplies others in the trade. Pok Brothers and Malayan Refrigerating are importers and distributors only.

4.3 Distribution Chain

For the imported products covered in this study, by and large it is fair to say that the importers distribute direct to retail outlets (supermarkets and others) although wholesalers are some-

times used for products or in areas of small demand.

5.0 IMPORTERS' PERCEPTIONS OF CANADIAN IMPORTED FOOD

5.1 Pok Brothers

Mr. Tony Pok of Pok Brothers made the comment that Canadian food products are expensive when compared to similar products sourced from elsewhere. In this context he specifically mentioned french fries, which his company buys by the container load from the US; and honey, which the company used to get from Canada but now sources from Australia.

He also commented that, in his experience, Canadian producers were slow to react to expressions of interest from Malaysia. Particularly, he referred to a Provincial Trade Mission which visited here last year but then did not follow up on his expression of interest.

Mr. Pok felt that Malaysian importers have a limited knowledge of what foods were available from Canada. He had hoped to be invited to visit Canada as part of the post visit arrangements for the Provincial Mission mentioned above, but this did not eventuate.

Mr. Pok has expressed interest in the forthcoming Agriculture and Food Mission from Ontario that is being organized in the region by Mr. Michael Loh, the Ontario Ministry of Agriculture and Food Senior Representative who is based in Tokyo.

We suggest that Mr. Pok be kept informed of the details of this Mission as they develop.

5.2 Cold Storage

Mr. Hiew Koon Ming of Cold Storage also made the point that the price of Canadian food imports was high. He felt that the products exhibited by Cold Storage at the Canadian Food Fair in March/April 1989 were not suitable for two reasons. In the first place, some of the products were higher priced versions of products already imported from countries such as Australia, the U.K and the U.S. He mentioned spreads and honey in this context. Secondly, he felt that several of the products did not take into account the taste preferences of Malaysians.

Another Canadian Food promotion is planned by Cold Storage for September 1990 and Mr. Hiew feels that it would be appropriate for Malaysian importers to visit Canada and make a selection of appropriately priced products that they believe would be suitable for Malaysia. These products would then form the basis of the promotion.

Mr. Hiew advised that Cold Storage are dealing with A Taste of Canada Corporation with a view to arranging buyer visits.

5.3 Malayan Refrigerating

Mr. Johan Tung of Malayan Refrigerating also felt that Canadian pricing is a problem. As a particular instance he mentioned french fries where he claims that the Canadian product is sold at a premium compared to french fries from America. However in Malaysia it is US potatoes that have the quality image and, further, the Potato Board is prepared to spend money on promotion. For Canadian french fries to break into the Malaysian market, Mr. Tung believes that they will have to compete on price as they do not have a perceived quality advantage.

Malayan Refrigerating have been importing McCain products into Malaysia for the past three and a half years. They plan to continue the relationship.

6.0 CONCLUSION

The Malaysian market for food imports from Canada is small and fairly stagnant. From the Malaysian end the main problem is price with Canadian products being perceived to be dearer than imports from alternative sources such as the US, the UK, Australia and New Zealand.

If it is desired to increase the Canadian market share of overall food imports then the most appropriate action would probably be to establish better communications with Malaysian importers so that they are fully aware of the range of Canadian products. In this fashion it may be possible to find niche markets for Canadian products that are consistent with Malaysian taste preferences. These niche markets may be small, however, and for the majority of products it will be necessary to compete on price if a larger market share is to be achieved.

APPENDIX A

PRINCIPAL CONTACTS

1. Pok Brothers Sdn Bhd
Contact: Mr. Tony Pok
Sales Executive
Address: Lot 12, Jalan Tukul
(16/5)
Shah Alam Industrial
Estate
40000 Selangor

Tel: 03 5505030
Fax: 03 5505680
Tlx: MA 37486 POK-BRO

2. Cold Storage Trading Bhd
Contact: Mr. Hiew Koon Ming
Asst General Manager
Address: 12th Floor, Kompleks
Kewangan
82 Jalan Raja Chulan
50200 Kuala Lumpur

Tel: 03 2612177
Fax: 03 2619802

3. Malayan Refrigerating
Sdn Bhd
Contact: Encik Johan Tung bin
Abdullah
Branch Manager
Address: Lot 1050 Jalan Dua
Selayang Baru
68100 Batu Caves
Selangor

Tel: 03 6188098
Fax: 03 2613041

4. Natvest Sdn Bhd
Contact: Mr. Lee Fook Seng
Buyer-Canned Food Div.
Address: 3-5th Floor, Wisma SPS
32 Jalan Imbi
55100 Kuala Lumpur

Tel: 03 2412155/3166
Fax: 03 2411036

APPENDIX B

Products for which
Australia and New Zealand
enjoy
Preferential Entry

Product and Harmonized Code	Unit of Quantity	Import Duty	Surtax	Sales Tax	Asean Preference
Milk and Cream, not concentrated nor containing added sugar or other sweetening matter.					
- Of a fat content, by weight, not exceeding 1% :					
0401.10.100 - in hermetically sealed cans ...	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
- Of a fat content, by weight, exceeding 1% but not exceeding 6% :					
0401.20.100 - in hermetically sealed cans ...	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
- Of a fat content, by weight, exceeding 6% : Milk :					
0401.30.110 - in hermetically sealed cans ...	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
Cream :					
210 - in hermetically sealed cans ...	100kg	\$8.82	5%	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
Milk and cream, concentrated or containing added sugar or other sweetening matter.					
- In powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, not exceeding 1.5%:					
0402.10.100 - skimmed, for human consumption in packings of over 5kg	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			
200 - skimmed, for human consumption in packings of not over 5kg	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			
300 - skimmed, for animal consumption	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			

Product and Harmonized Code	Unit of Quantity	Import Duty	Surtax	Sales Tax	Asean Preference
- In powder, granules or other solid forms, of a fat content, by weight, exceeding 1.5% :					
- - Not containing added sugar or other sweetening matter :					
Milk :					
0402.21.191 - full cream	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			
190 - other	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
200 - cream	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			
- - Other : Milk :					
0402.29.191 - full cream	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			
199 - other	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
200 - cream	100kg	\$8.82	Nil	Nil	25%
Preferential rate		Free			
- Other :					
- - Not containing added sugar or other sweetening matter:					
Milk :					
0402.91.110 - condensed	100kg	\$33.07	5%	Nil	25%
Preferential rate		\$24.25 per 100kg			
190 - other	100kg	\$8.82	5%	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
200 - cream	100kg	\$8.82	5%	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
- - Other : Milk :					
0402.99.110 - condensed	100kg	\$41.89	5%	Nil	Nil
Preferential rate		\$33.07 per 100kg			
190 - other	100kg	\$8.82	5%	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
200 - cream	100kg	\$8.82	5%	Nil	25%
Preferential rate		Free			

Product and Harmonized Code	Unit of Quantity	Import Duty	Surtax	Sales Tax	Asean Preference
Buttermilk, curdled milk and cream, yogurt, kephir and other fermented or acidified milk and cream, whether or not concentrated or containing added sugar or other sweetening matter or flavoured or containing added fruit or cocoa.					
- Yogurt :					
0403.10.190 - in hermetically sealed cans					
other	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
90.190 - in hermetically sealed cans					
other	100kg	\$8.82	Nil	Nil	Nil
Preferential rate		Free			
Butter and other fats and oils derived from milk.					
0405.00.900 - anhydrous butterfat					
other	kg	22 sen	5%	5%	25%
Preferential rate		13 sen per kg			
Fruit, nuts and other edible parts of plants, otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included.					
- Citrus fruit :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.30.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	30%
Preferential rate		15%			
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	Nil
Preferential rate		15%			
- Pears :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.40.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	25%
Preferential rate		15%			

Product and Harmonized Code	Unit of Quantity	Import Duty	Surtax	Sales Tax	Asean Preference
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	Nil
Preferential rate		15%			
- Apricots :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.50.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	30%
Preferential rate		15%			
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	30%
Preferential rate		15%			
- Cherries :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.60.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	25%
Preferential rate		15%			
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	Nil
Preferential rate		15%			
- Peaches :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.70.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	30%
Preferential rate		15%			
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	Nil
Preferential rate		15%			
- Strawberries :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.80.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	25%
Preferential rate		15%			

Product and Harmonized Code	Unit of Quantity	Import Duty	Surtax	Sales Tax	Asean Preference
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	Nil
Preferential rate		15%			
- Other :					
Containing added sugar or sweetening matter or spirit:					
2008.92.911 - in airtight containers	tonne	30%	Nil	Nil	25%
Preferential rate		15%			
Other:					
991 - in airtight containers	kg	30%	Nil	5%	Nil
Preferential rate		15%			

Management UPDATE

- * Econsult Sdn. Bhd.
- * Strategic Consulting Group Sdn. Bhd.

SCG COMPLETES FIRST STAGE OF EXPORT MARKETING PROGRAMME

The Geneva-based Market Development Institute has complimented SCG on its successful implementation of the first stage of its Professional International Diploma in Export Marketing. Its Principal, Dr G A Schmoll, a consultant to international organisations as the International Trade Centre, UNCTAD, GATT, and the World Tourism Organisation, is keen to launch a Senior Managers' Export Management programme later this year.



SCG's Senior Executives with the Honourable Minister of Education, YB. Anwar Ibrahim

AUSTRALIAN MANUFACTURERS SEEK MALAYSIAN AGENTS

As follow up to recommendations made in Econsult market research studies, an increasing number of Australian manufacturers are visiting Malaysia. They are coming to make a first hand assessment of market potential and to have discussions with the suitable agents for their products that were identified in the Econsult studies.

Recent and confirmed visitors have included manufacturers of : computer software; ploughs; optic fibres; gearboxes; valves; road maintenance and repair equipment etc.

EXPORT MARKETING FOR BUSINESS EXPORT

Economist David Dennis and Senior Export Marketing consultants, Adrian Villanueva and Allen Oberndorf will be conducting a two-day seminar on "Export Management" in Kuala Lumpur from July 20-23, 1989. The seminar is designed for government agencies, manufacturing, trade organisations, financial institutions, shipping companies, airlines, and other export-oriented organisations. Key topics include Opportunities and Prospects for Asean countries, a case study on "Penetrating the Japanese Market", and a dialogue session on "Fortress Europe 1992".



PROFILE OF DAVID DENNIS

David Dennis has been Managing Director of Econsult Sdn Bhd since the company was formed in mid 1985. He is an Australian with a Bachelor of Commerce degree and a Masters in Economics.

Before coming to Malaysia, David had worked as a Senior Economist in Papua New Guinea from 1971 to 1976 and again from 1979 to 1985. In that period he worked for the Government in the Department of Labour and Industry, the Department of Finance and the National Planning Office. He provided advice on economic policy issues generally and on human resource

development, manpower planning and training issues in particular.

In 1983 David became a full time consultant and since that time his clients have included the World Bank, the Asian Development Bank (ADB), the Australian Development Assistance Bureau, and the Papua New Guinea Institute of Applied Social and Economic Research. In addition he has had a wide range of private and public sector clients in Papua New Guinea, Australia, Malaysia and Indonesia.

David first came to Malaysia in 1984 as Manpower Specialist on the World Bank funded Industry Training Scheme study for the Ministry of Labour. In 1985 he returned as Manpower and Economic consultant on the Malaysian Industry Master Plan conducted by the United Nations Industrial Development Organisation (UNIDO). The most recent of his international agency work was in October - December 1988 when he was Labour Force and Economic Planning Specialist on the ADB's Second Vocational Education Sector Project in Indonesia. This project was to assess the proposal for a US\$150 million loan for the vocational education system.

David also has a strong background in market research and is responsible Director for the Market Entry Strategy Programme conducted by Econsult in Malaysia since 1986 for the Victorian Department of Industry, Technology and Resources.

FELLOW AWARDS NIGHT

1989



MALAYSIAN INSTITUTE OF DIRECTORS

DIRECTORS AWARD FOR ROBERT KUOK

SCG was invited by the Malaysian Institute of Directors to congratulate business magnate - Mr Robert Kuok on being conferred a Fellow by the Institute.

In his Keynote Address, Mr Kuok outlined the relationship between the Government and the corporate sector, the current state of corporate activity, the economy's conditions, and the factors needed for Malaysia's economic success.

WINNING STRATEGIES FOR BUSINESS EXCELLENCE

The quality of relationships in an organisation is the internal productivity factor that determines its image, product quality, design, distribution, reliability, and superior customer service. This factor will be taken up in a new marketing management training programme conducted by Corporate Affairs Director Steve Subramaniam and SCG's Associate Marketing Consultant Professor Allen Oberndorf, former World Bank Consultant for the Canadian and Malaysian Governments and private sector clients in the ASEAN region.

The objectives of the above training programme are threefold :

- (a) To identify the creative resources of corporate/organisational leadership and marketing strategy as winning factors;
- (b) To assess and discuss state-of-the-art techniques for aggressive marketing in a competitive environment;
- (c) To recommend innovative strategies to achieve sales and marketing excellence.



SCG's Corporate Affairs Director, Steve Subramaniam and William Miller, former Senior Consultant of the Business Innovations programme in SRI International (Stanford Research Institute, California, USA)

ECONSULT INPUT FOR ASIAN DEVELOPMENT BANK

Econsult has been chosen to provide economic expertise in two Asian Development Bank Studies.

In the first of these studies, Econsult Director David Dennis was engaged as Labour Force and Economic Planning Specialist on the Bank's Second Vocational Education Sector Project in Indonesia. The project ran from October to December 1988.

The Second project is situated in Malaysia. It is entitled the Coastal Village Environmental Improvement Project and Econsult Associate Chang Yii Tan has been engaged as Economic Analyst with responsibility to assess the social cost and benefits of providing sanitation service to 50 coastal villages in East and West Malaysia. The project is currently underway and will be complete by the middle of the year.

EXPANSION OF MARKET ENTRY STRATEGY PROGRAMME

Econsult Consultant June Ooi is visiting East Malaysia and Brunei to conduct market research for three products manufactured in Victoria.

This visit marks an expansion of the Market Entry Strategy Programme which has previously been available in West Malaysia and in Singapore.

MALAYSIAN-MAURITIUS BUSINESS DEVELOPMENT COUNCIL

SCG's Managing Director, Bob Lee and Business Development Manager, Helen Mun have been invited to join the management committee of the Malaysia-Mauritius Business Development Council which is affiliated to the National Chamber of Commerce and Industry of Malaysia (NCCIM).

This council will provide a business forum for exchanging views and projects, both domestic and international, affecting Malaysia and Mauritian organisations and personnel.

Ghazali bin Dato' Yusoff is the President while SCG's Helen Mun is the Membership Director.

ECONSULT INVITED FOR MAJOR KTM PROJECT



Econsult has recently been invited to tender for a project which involves a reassessment of passenger fares on KTM trains and rail-buses. The project is an important integral part of KTM effort to increase income and become a more commercial organisation.

The study will involve large scales surveys of rail, road and air passengers as well as demand forecasts and cost analyses.

If successful, the Econsult team will include Dr Esther Tan and David Dennis from KL office and Dr Stewart Joy from Econsult Transport Service in Sydney. Dr Joy is a former Chief Economist for the British Railways Board and has consulted on railways in the U.K., the U.S., Australia and Malaysia.

MARKETING EXCELLENCE

The Strategic Consulting Group is honoured that its two associate consultants Professor Geoff Lancaster and Lester Massingham have co-authored a major work entitled "Essentials of Marketing" published by MC Graw - Hill. Professor Lancaster has published widely in learned journals and is an the Editorial Board of 3 marketing journals in the USA and UK. He has also served on the various Boards of The Institute of Marketing (UK) which has a worldwide membership of 21,000.



Professor Geoff Lancaster of London, SCG's associate consultant, shares a marketing insight with Chairman Abdullah Mohd. Yusof.

JAYCEES OUTREACH SALES SEMINAR



Kuala Lumpur Jaycees, a member of Jaycees International (JCI) with over 500,000 members worldwide, organised "the Winning Edge in Sales" on March 29, 1989. Speakers included Tan Joo Seet, Vice-President of Zenger Miller Southeast Asia, K.C. Lau, Executive Director of Markrite Sdn. Bhd. and SCG's Corporate Affairs Director Steve Subramaniam.

Econsult Sdn. Bhd.

31st Floor, Menara Tun Razak, Jln. Raja Laut 50350 Kuala Lumpur.
Tel: 03-2934677/8, Telex: Pelara MA 31687 Fax: 03-2982501

BRITISH COLUMBIA

Vancouver
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Scotia Tower
900-650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Fax: (604) 666-8330
Telex: 04-51191

Contact
Mr. Zen Burianyk
Senior Trade Commissioner
(604) 666-1438

Info CITM: (604)666-0434

ALBERTA

Edmonton
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Canada Place
Suite 540
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Fax: (403) 495-4507
Telex: 037-2762

Contact
Mr. Bill Roberts
Senior Trade Commissioner
(403) 495-2944

Calgary
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
11th Floor
510 - 5th Street S.W.
Calgary, Alberta
T5P 3S2
Fax: (403) 292-4578

Contact
Mr. Gerald Milot
Senior Trade Commissioner
(403) 292-6660

SASKATCHEWAN REGION

Saskatoon
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
6th Floor
105-21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Fax: (306) 975-5334
Telex: 074-2742

Contact
Mr. Al McEwen
Senior Trade Commissioner
(306) 975-4343
Mr. David Shortall
(306) 975-5318

Regina
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
1955 Smith Street, 4th Floor
Regina, Saskatchewan
S4P 2N8
Fax: (306) 780-6679
Telex: 071-2745

Contact
Mr. David Dix
Trade Commissioner
(306) 780-6108

TERRITORIES

Whitehorse
Suite 301
108 Lambert Street
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Fax: (403) 668-5003

Contact
Mr. Larry Bagnell
(403) 668-4655

Yellowknife
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
4922 - 52nd Street
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 2R3
Fax: (403) 873-6228

Contact
Mr. Jeff Titterington
(403) 920- 8575

MANITOBA

Winnipeg
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-8036
Fax: (204) 983-2187
Telex: 07-57624

Contact
Mr. Tony van Rosmalen
A/Senior Trade Commissioner
(204) 983-2387

Info CITM: (204) 983-8036

ONTARIO

Toronto
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Fax: (416) 973-8161
Telex: 065-24378

Contact
Mr. Geoff Jones
A/Senior Trade Commissioner
(416) 973-5052

Info CITM: (416) 973-6786

QUEBEC

Montreal
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Suite 3800
P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Fax: (514) 283-3302
Telex: 055-60768

Contact
Mr. Haig Sarafian
Senior Trade Commissioner
(514) 283-6796

NEW BRUNSWICK

Moncton
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Fax: (506) 851-6429
Telex: 014-2200

Contact
Mr. Guy-André Gélinas
Senior Trade Commissioner
(506) 851-6440

Info CITM: (506) 851-6452

NOVA SCOTIA

Halifax
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Central Guaranty Trust Tower
1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Fax: (902) 426-2624
Telex: 019-22525

Contact
Mr. Michael Whalen
Senior Trade Commissioner
(902) 426-6125

PRINCE EDWARD ISLAND

Charlottetown
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, Prince Edward Island
C1A 7M8
Fax: (902) 566-7450
Telex: 014-44129

Contact
Mr. Fraser Dickson
Senior Trade Commissioner
(902) 566-7443

NEWFOUNDLAND

St. John's
INTERNATIONAL TRADE CENTRE
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Fax: (709) 772-2373
Telex: 016-4749

Contact
Mr. Tom Greenwood
Senior Trade Commissioner
(709) 772-5511

GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS

If you are seeking advice and information about a specific area or country, Trade Commissioners in the Geographic Trade Divisions are available to assist you. They are located at 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2 (Telex: 053-3745; Fax:(613) 996-9103). In your correspondence identify the division (with acronym) that is of interest to you.

AFRICA TRADE DEVELOPMENT DIVISION (GAT) Tel:(613) 990-6593

Algeria, Angola, Benin, Botswana, Burkina-Faso, Burundi, Cameroon, Cape Verde, Central African Republic, Chad, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Ethiopia, Equatorial Guinea, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Guineau-Bissau, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritania, Mauritius, Morocco, Mozambique, Namibia, Niger, Nigeria, Principe, Rwanda, Sao Tomé, Senegal, Seychelles, Sierra Leone, Somalia, South Africa, Sudan, Swaziland, Tanzania, Togo, Tunisia, Uganda, Zaire, Zambia, Zimbabwe

ASIA PACIFIC SOUTH TRADE DEVELOPMENT DIVISION (PST) Tel:(613) 996-0917

Afghanistan, Australia, Bangladesh, Bhutan, Brunei, India, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Nepal, New Zealand, Philippines, Singapore, South Pacific Islands, Sri Lanka, Thailand

CARIBBEAN AND CENTRAL AMERICA TRADE DEVELOPMENT DIVISION (LCT)

Tel:(613) 996-7059

Bermuda, Commonwealth Caribbean, Costa Rica, Cuba, Dominican Republic, El Salvador, French West Indies, Guatemala, Haiti, Honduras, Mexico, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, Puerto Rico

EAST ASIA TRADE DEVELOPMENT DIVISION (PNC) Tel:(613) 992-7359

China, Hong Kong, Indochina, Korea, Taiwan

JAPAN TRADE DEVELOPMENT DIVISION (PNJ) Tel:(613) 995-1281

MIDDLE EAST TRADE DEVELOPMENT DIVISION (GMT) Tel:(613) 993-7040

Bahrain, Egypt, Iran, Iraq, Israel, Jordan, Lebanon, Libya, Oman, People's Democratic Republic of Yemen (South), Qatar, Saudi Arabia, Syria, United Arab Emirates, Yemen Arab Republic (North)

SOUTH AMERICA TRADE DEVELOPMENT DIVISION (LST) Tel:(613) 996-5546

Argentina, Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Peru, Uruguay, Venezuela

UNITED STATES TRADE AND TOURISM DEVELOPMENT DIVISION (UTO)

Tel:(613) 993-7343

Atlanta, Buffalo, Boston, Dallas, Houston, Miami, New York, Orlando, Philadelphia, Princeton, San Juan, Washington

UNITED STATES TRADE INVESTMENT AND DEVELOPMENT DIVISION (UTI)

Tel:(613) 991-5849

Chicago, Cincinnati, Cleveland, Dayton, Denver, Detroit, El Segundo, Los Angeles, Minneapolis, Pittsburgh, San Diego, San Francisco, Santa Clara, Seattle, St. Louis

U.S.S.R. AND EASTERN EUROPE TRADE DEVELOPMENT DIVISION (RBT)

Tel:(613) 996-2858

Albania, Bulgaria, Czechoslovakia, Hungary, Mongolia, Poland, Romania, U.S.S.R., Yugoslavia

WESTERN EUROPE TRADE AND INVESTMENT DEVELOPMENT DIVISION (RWT)

Tel:(613) 995-9401

Austria, Belgium, Cyprus, Denmark (incl. Greenland), Finland, France, Germany, Greece, Iceland, Ireland, Italy, Luxembourg, Malta, Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, United Kingdom