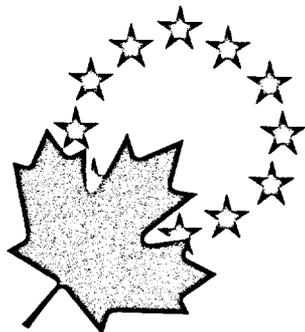


CA1
EA16
91E86f

DOCS

Europe 1992

1 9 9 2



**CANADA
EUROPE**

**L'EUROPE DE 1992
ET
LES INDUSTRIES
CANADIENNES
DE L'ENVIRONNEMENT**

septembre 1991

External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

b2418125(F)

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

MAR 24 1992

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

**L'EUROPE DE 1992
ET
LES INDUSTRIES
CANADIENNES
DE L'ENVIRONNEMENT**

septembre 1991

43-262-164

Les opinions exprimées dans le présent rapport sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement la politique passée ou actuelle du Gouvernement du Canada.

© Sa Majesté la Reine en chef du Canada, telle que représentée par le Secrétaire d'État aux Affaires extérieures, 1991. Tous droits réservés.



Imprimé sur du papier recyclé

MOT DU GOUVERNEMENT DU CANADA

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a le plaisir d'offrir à l'industrie canadienne de l'environnement, dans le cadre de la stratégie commerciale «Horizon le monde», la présente étude sur le marché potentiel que représente la Communauté européenne en raison de l'initiative de l'Europe de 1992. Le rapport présente également les moyens par lesquels les firmes canadiennes pourront éventuellement capitaliser sur ce marché.

C'est maintenant que se définit l'Europe de 1992. Le marché unique, cette ambitieuse initiative de la Communauté européenne a radicalement changé la manière dont les Européens traitent les affaires. Le processus est irréversible, la cadence est rapide et va en s'accéléralant. Si les entreprises canadiennes veulent tirer profit des possibilités qu'offrira cet important marché, elles se doivent d'être bien renseignées.

Après avoir récemment terminé une série d'études sectorielles intitulée *1992 — Impact de l'unification du marché européen*, AECEC a dirigé un processus consultatif qui a fait intervenir divers ministères, les provinces et nos postes en Europe afin d'établir dans quels sous-secteurs il y aurait lieu d'effectuer des études plus approfondies. Ce processus a abouti à la sélection de l'industrie océanologique, des industries de l'environnement, des logiciels, des produits et services de télécommunications et des produits du bois ouvré. Toutes ces études seront publiées entre l'automne 1991 et le printemps 1992.

Nous offrons aussi des programmes concrets et pratiques pour vous initier au marché européen. Ces programmes sont bien publicisés par la revue *CanadExport*. Les agents commerciaux de la direction de la Communauté européenne d'AECEC ainsi que ceux de nos Centres du commerce international dans chacune des provinces se feront un plaisir de répondre à vos questions. Prenez avantage de ces programmes. Ils ont été créés pour vous.

Les publications de la série *1992 — Impact de l'unification du marché européen* qui sont actuellement disponibles sont les suivantes : Agriculture et produits alimentaires; Télécommunications et informatique; Produits de l'automobile; Minéraux et métaux; Produits forestiers; Défense, aérospatiale et transport; Produits chimiques spéciaux, nouveaux matériaux, produits pharmaceutiques et biotechnologie; Produits et services industriels; Services financiers; Produits de la pêche; Services professionnels et de consultants — avocats d'affaires et experts-comptables. D'autres rapports sont aussi disponibles : Union économique et monétaire; Droit des sociétés; Politique de la concurrence; 1992 et questions connexes; Droit de la propriété intellectuelle; 1992 et les normes; 1992 et le transitaire canadien; Les alliances stratégiques : passeport pour l'Europe.

Pour de plus amples renseignements sur la disponibilité de ces publications, veuillez appeler INFOEXPORT à AECEC sans frais au 1-800-267-8376.

Le présent rapport a été préparé pour Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada par Apogee Research International Limited, de Toronto.

TABLE DES MATIÈRES

1.	INTRODUCTION	7
2.	LE MARCHÉ DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT : QUELQUES DÉFINITIONS ET OBSERVATIONS	10
3.	LE MARCHÉ POTENTIEL DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT DANS L'EUROPE DE L'OUEST	12
	Sources d'informatio	12
	Marchés	12
	Conclusions	13
4.	FORCES INDUSTRIELLES INTERNES DU CANADA DANS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT	25
	Méthodologie	25
	Forces de l'industrie intérieure	25
	Conclusions	28
5.	LA RÉUSSITE SUR LE MARCHÉ DE L'EUROPE DE L'OUEST	29
	Six histoires de réussite	29
	Conseils des délégués commerciaux	41
	Conclusions	41

ANNEXE 1

L'Europe de 1992



1. INTRODUCTION

Contexte et objet

L'origine du Marché commun européen remonte à la signature du Traité de Rome en 1957. Le traité avait permis l'élimination des tarifs douaniers entre les États membres, mais de nombreuses barrières non tarifaires restaient encore en place.

En 1985, les pays de la Communauté européenne (CE) entamaient des négociations pour établir un véritable marché unique européen pour l'an 1992 (voir Annexe 1). Le but était de retirer toutes les barrières au déplacement des marchandises, des services, de la main-d'œuvre et du capital. L'initiative ne s'est pas limitée seulement à ces quatre domaines, mais elle comprend également de nouvelles politiques communes dans des domaines de juridiction partagée tels que la recherche-développement, l'environnement, les transports aériens, les fusions d'entreprises, l'énergie, le développement régional, la coopération universitaire, les droits sociaux et la coopération culturelle. L'annexe 2 fait ressortir les changements qui se produiront du fait du marché unique.

Le programme demandait l'adoption de 282 mesures législatives. Jusqu'à présent, toutes les 282 mesures législatives ont été introduites devant la Commission européenne, et plus de 60 p. 100 d'entre elles ont été approuvées. En conséquence, le paysage économique, culturel et politique de la Communauté européenne est en train de subir une transformation radicale.

Le marché unique est un programme global qui est en train de créer le centre de commerce le plus important du monde. Pour la première fois en 1990, le produit national brut (PNB) de la CE dépassait celui des États-Unis, et la CE prenait la place des États-Unis en tant que plus important récipiendaire d'investissements étrangers directs.

Le marché de la CE a une grande importance pour le Canada : son volume le place au deuxième rang de nos partenaires commerciaux. Les exportations canadiennes vers la CE atteignaient un total de 11,5 milliards de dollars en 1990, et les importations étaient de 15,6 milliards de dollars. Bien que les

exportations canadiennes reposent encore en grande partie sur les secteurs des ressources, les produits manufacturés ont atteint près de 20 p. 100 du total des exportations. Ces produits exportés comprennent la machinerie, les équipements et la technologie de pointe.

Les investissements directs du Canada dans la CE, qui étaient de 4,8 milliards de dollars en 1983, sont passés à 17,8 milliards en 1990. Au cours de la même période, les investissements directs de la CE au Canada sont passés de 13 milliards de dollars à 30,2 milliards. Cela place la CE au second rang (après les États-Unis) des sources et des destinations d'investissements étrangers directs du Canada.

L'importance de l'Europe de l'Ouest pour l'économie canadienne ne peut qu'augmenter avec la création d'un marché unique. Le libre mouvement des importations entre les pays de la CE, le besoin de n'avoir à respecter que les normes techniques d'un seul pays de la CE, au lieu de devoir observer celles de tous les pays, et la simple dimension du marché unique créent un nouveau partenaire commercial énorme, qui représente plus que la somme de toutes ses composantes. Le marché unique offre des occasions extraordinaires aux compagnies canadiennes qui désirent pénétrer le marché de l'Europe de l'Ouest, ou y étendre leurs opérations.

Les produits et services de protection de l'environnement (PE) représentent un segment important des possibilités d'affaires que nous offre l'Europe de l'Ouest. Le but du présent rapport est de montrer la dimension de ce marché dans l'Europe de l'Ouest, d'illustrer les succès que connaissent les compagnies canadiennes de PE sur ce marché, et de recommander des stratégies de marketing pour l'industrie canadienne.

Format du rapport

Le présent rapport comprend cinq parties. La présente introduction définit le contexte et l'objet du rapport. La seconde partie donne quelques définitions et observations concernant le marché de la protection de l'environnement. La troisième partie résume des estimations récentes du marché de l'Europe de

l'Ouest pour les produits et services de protection de l'environnement. Cela constitue la partie «demande» du rapport, c'est-à-dire les estimations de ce que les pays de l'Europe de l'Ouest sont susceptibles de dépenser pour la protection de l'environnement au cours des dix prochaines années. La quatrième partie du rapport, c'est-à-dire le côté «offre», donne des renseignements sur les forces industrielles internes du Canada dans le domaine des produits et services de protection de l'environnement. La cinquième section, intitulée «La réussite sur le marché de l'Europe de l'Ouest», présente un certain nombre de sociétés canadiennes qui ont réussi à pénétrer le marché sophistiqué de l'Europe de l'Ouest. Des suggestions sont présentées pour l'élaboration de stratégies de réussite reposant sur les expériences et les commentaires d'un certain nombre de délégués commerciaux canadiens à propos de certains des principaux marchés de l'Europe de l'Ouest.

ANNEXE 2

Principaux changements touchant la CE de 1992

Retrait des barrières physiques

- Libère le déplacement des produits, des services, de la main-d'œuvre et des capitaux à l'intérieur de la CE.
- Assure le libre mouvement des importations à l'intérieur de la CE, une fois qu'elles ont pénétré dans l'un des États membres.

Élimination des barrières techniques

- Permet la distribution sans restriction dans tous les pays de la CE, une fois qu'un produit respecte les normes techniques de l'un quelconque des États membres de la CE.
- Permet à l'industrie de produire pour un marché plus large.
- Ouvre les marchés publics à la concurrence.

Retrait des barrières fiscales

- Réduit la différence entre les impôts indirects qui ont un effet de distorsion sur le commerce entre les États membres.

Libéralisation des mouvements de capitaux

- Libère la concurrence et le choix des services financiers.
- Permet une canalisation plus efficace et moins coûteuse de l'épargne en faveur des investissements.
- Permet aux emprunteurs d'avoir accès à des sources de financement plus variées et moins coûteuses.
- Permet un financement plus compétitif pour les investissements et pour le commerce à l'intérieur de la CE.

Source : Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, *Prévisions des dépenses en protection de l'environnement dans l'Europe de l'Ouest*, juillet 1991.

2. LE MARCHÉ DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT : QUELQUES DÉFINITIONS ET OBSERVATIONS

Le marché de la protection de l'environnement présente certaines caractéristiques particulières importantes qu'il est préférable de discuter avant d'aborder les études de marché. Nous traiterons ici de trois points spécifiques.

1. **L'expression «protection de l'environnement» a plusieurs significations. Le présent rapport met l'accent sur l'aspect ingénierie et sur les aspects techniques de la prévention et du contrôle de la pollution.**

Les termes «environnement» et «protection de l'environnement» sont employés de nombreuses façons. Pour certains, la «protection de l'environnement» fait allusion en particulier aux émissions toxiques et dangereuses des activités industrielles et des activités du secteur public; pour d'autres, cette définition englobe également des questions telles que les problèmes d'agression sonore et les questions de santé et de sécurité au travail; d'autres encore ajoutent à ces problèmes des préoccupations concernant les parcs, la préservation des espèces menacées et le contrôle des aspects négatifs de l'urbanisation; enfin, il est de plus en plus question d'une tendance générale au «verdissement»; à cet égard, l'étiquetage des produits alimentaires et le boycottage de certains produits par les consommateurs constituent des exemples de protection de l'environnement.

Toutes ces notions de protection de l'environnement partagent un fondement commun, mais ce fondement est si large et diffus qu'il ne permet guère d'établir une planification commerciale pratique. Ainsi, les marchés de la planification urbaine sont pratiquement sans rapport avec ceux de la désulfuration des effluents gazeux ou de la recherche-développement en études de procédés visant à réduire les déchets.

Pour les fins de planification opérationnelle, cette large notion de protection de l'environnement doit être précisée. Le présent rapport porte principalement

sur les marchés de l'ingénierie et sur les marchés techniques associés à la réduction et au contrôle de la pollution dans les secteurs industriels et dans le secteur public. Cela comprend la recherche fondamentale visant la prévention de la pollution, ainsi que les marchés traditionnels du contrôle de pollution au point de rejet.

2. **L'industrie de la protection de l'environnement est tributaire des réglementations.**

Nous entendons par «industrie de la protection de l'environnement» toutes les entreprises, y compris les entreprises réglementées, qui dépensent ou reçoivent de l'argent pour respecter des objectifs de protection de l'environnement.

Cette industrie est conditionnée par un facteur principal : les réglementations gouvernementales. Cette réalité a des conséquences importantes.

La première de ces conséquences est que les industries de protection de l'environnement doivent normalement être particulièrement fortes dans les juridictions soumises aux régimes les plus forts de protection de l'environnement.

La seconde conséquence est que le marché des produits et services de protection de l'environnement est un marché risqué. Jusqu'à présent, les mesures prises par les gouvernements occidentaux pour protéger l'environnement ont pris beaucoup de temps à être exécutées, et ont fréquemment accepté des exceptions aux règles. Cela signifie qu'il peut être risqué de supposer qu'une réglementation particulière (par exemple, pour imposer une nouvelle technologie ou un nouveau procédé de contrôle) va immédiatement ouvrir un nouveau marché. Le marché peut prendre des années à se développer; dans certains cas, il peut prendre si longtemps que de nouveaux procédés ou produits remplacent ceux qui faisaient l'objet du contrôle à l'origine.

3. Les études de marché de l'industrie de la PE s'inscrivent selon les cas dans une perspective d'«achat» ou de «vente». Chacune a ses forces et ses faiblesses.

Le marché des produits et services de PE peut se calculer à partir de ce que l'industrie dépense ou à partir d'une estimation de ce qu'elle va dépenser pour la protection de l'environnement; cela constitue la perspective «achat». Le marché peut également se calculer à partir des montants de revenus de ceux qui vendent les produits et les services; cela représente la perspective «vente».

Les deux méthodes ont des forces et des faiblesses. Les estimations à partir du côté «vente» reposent généralement sur une analyse des antécédents de revenus des firmes de PE.

L'avantage de cette méthode est qu'elle est facile d'emploi : les chiffres de vente antérieurs sont extrapolés pour donner des estimations de ventes futures. Cependant, la méthode a des faiblesses sérieuses. La faiblesse la plus importante est que, en se basant sur les chiffres passés, on ignore le fait que les futures dépenses de PE seront conditionnées par de nouvelles réglementations. Les chiffres antérieurs ne donnent aucune indication sur les changements futurs. Cette méthode peut également aboutir à une *comptabilisation en double* des montants.

Généralement, les autorités réglementaires évaluent le marché à partir du côté «achat», en estimant le montant d'argent qui devrait être dépensé pour que toutes les activités en question puissent respecter les réglementations proposées. Les études du marché de l'Europe de l'Ouest qui ont été examinées pour l'élaboration du présent rapport prennent toutes les deux la perspective «achat».

La méthode qui consiste à estimer le côté «achat», à partir des dépenses réelles et projetées pour respecter les réglementations, est généralement plus difficile à appliquer, mais elle a l'avantage de reposer sur une analyse des changements réglementaires et sur leurs répercussions sur les coûts. La méthode présente cependant une faiblesse importante : elle ignore la question du choix «produire ou acheter» qui caractérise dans la pratique les décisions concernant la protection de l'environnement. Si l'on donne aux pollueurs beaucoup de temps pour respecter les réglementations, il arrive fréquemment que des innovations et de simples changements d'organisation permettent d'obtenir les résultats requis de façon plus économique, ce qui réduit le marché des produits de contrôle. Ainsi, la perspective «achat» devrait normalement servir à établir la limite supérieure du marché potentiel.

3. LE MARCHÉ POTENTIEL DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT DANS L'EUROPE DE L'OUEST

Dans la présente section, nous résumons deux études récentes portant sur le marché potentiel de la PE que l'on peut prévoir pour l'Europe de l'Ouest.

- Le rapport présente une information de base sur les études et sur leurs conclusions principales.
- Les marchés sont discutés à partir de la perspective des dépenses prévues, des segments de marché prioritaires, des pays prioritaires, des obstacles à la pénétration du marché et des stratégies de marché.
- Les points clés sont résumés dans une conclusion.

Sources d'information

Les deux études examinées étaient les suivantes :

- *Le marché des technologies de protection de l'environnement dans l'Europe de l'Ouest et de l'Est, jusqu'à l'an 2005*, par le bureau de conseil Helmut Kaiser, de Tübingen, en RFA (avril 1990);
- *L'Europe verte : Implications économiques et perspectives d'affaires*, par DRI/McGraw Hill (automne 1990).

Les deux études ont été remises aux consultants par le client et sont citées dans le présent rapport avec la permission du client. Quelques observations générales concernant les deux études doivent être faites avant d'en discuter leurs conclusions particulières.

- Les deux études adoptent la perspective «achat»; elles offrent le point de vue de leurs auteurs sur ce que l'industrie va dépenser en Europe de l'Ouest pour la protection de l'environnement au cours des 10 à 15 prochaines années. Les forces et les faiblesses de cette démarche ont été précisées plus avant.

- Aucune des deux études n'offre une information de base détaillée sur la méthodologie appliquée pour produire les prévisions de dépenses de PE ou pour définir les marchés clés. Il est donc difficile de juger du caractère raisonnable des prévisions et des conclusions qui en découlent.
- Comme cela arrive souvent dans les études portant sur l'industrie de la protection de l'environnement, ces deux études utilisent des définitions différentes de la protection de l'environnement et par conséquent de l'industrie de la PE. Elles partent également de bases différentes pour prévoir les dépenses : l'une estime les dépenses totales, alors que l'autre estime les dépenses «supplémentaires». Aucun des deux termes n'est défini sans ambiguïté.

Les conclusions principales des rapports sont les suivantes :

- Lorsque cela est approprié, nous ajoutons à l'analyse de ces deux études les commentaires reçus des délégués commerciaux canadiens qui ont été interrogés en Europe dans le cadre de ce projet.
- D'autre part, nous y ajoutons des commentaires extraits des rapports publiés régulièrement par le U.S. Department of Commerce sur la progression des négociations de l'Europe de 1992 et sur leur mise en application.

Marchés

Prévisions des dépenses de protection de l'environnement dans la CE

Conclusion

Les deux études prévoient des dépenses importantes en produits et services de PE dans l'Europe de

l'Ouest. Bien que les estimations varient entre les deux études, les conclusions générales sont les mêmes : une grande quantité d'argent va être dépensée en Europe de l'Ouest pour la protection de l'environnement.

L'annexe 3 présente les dépenses totales prévues pour la protection de l'environnement. On notera les points suivants :

- Le total de l'étude Kaiser représente près de trois fois celui du rapport de DRI. Il n'est pas possible de dire, à partir des rapports, d'où viennent ces différences. Quoiqu'il en soit, les deux totaux sont très importants et l'écart que l'on observe entre les deux pourrait très bien être dû au fait que les définitions utilisées sont différentes et qu'il n'existe aucune méthodologie de prévision incontestable.
- Les différences pourraient s'expliquer en partie par le fait que le rapport Kaiser prévoit des dépenses «totales», alors que le rapport DRI prévoit des dépenses «supplémentaires» à partir d'un niveau de base de dépenses. Il est donc raisonnable que le total de DRI soit inférieur à celui de Kaiser qui fait la somme des dépenses courantes et de l'augmentation des dépenses.
- On pourrait également expliquer les différences par le fait que l'estimation de DRI de l'annexe 3 concerne seulement le secteur des entreprises, alors qu'il semblerait que l'estimation de Kaiser porte à la fois sur les dépenses publiques et sur celles du secteur privé.

- Le rapport Kaiser présente une estimation des dépenses prévues de PE pour les États-Unis, pour l'an 2000. L'estimation est d'environ 110 milliards de dollars, ce qui est relativement proche de l'estimation de l'Agence pour la protection de l'environnement des États-Unis pour l'an 2000 (185 milliards, en dollars de 1990), selon l'hypothèse de «réalisation complète» de l'EPA.

Une mise en garde doit être donnée ici.

Certaines des prévisions de dépenses concernent les achats des organismes gouvernementaux à l'intérieur de la CE. Cela représente un énorme marché : au total, quelque 385 milliards de dollars U.S. sont dépensés chaque année en services à tous les paliers de gouvernement, ce qui comprend la construction. Cependant, certains marchés publics de la CE seront réservés aux fournisseurs intérieurs. Pour plus de détails sur ce point, voir «Obstacles à la pénétration du marché» (p. 22) et «Stratégies de marché» (p. 22).

Les segments de marchés prioritaires

Conclusion

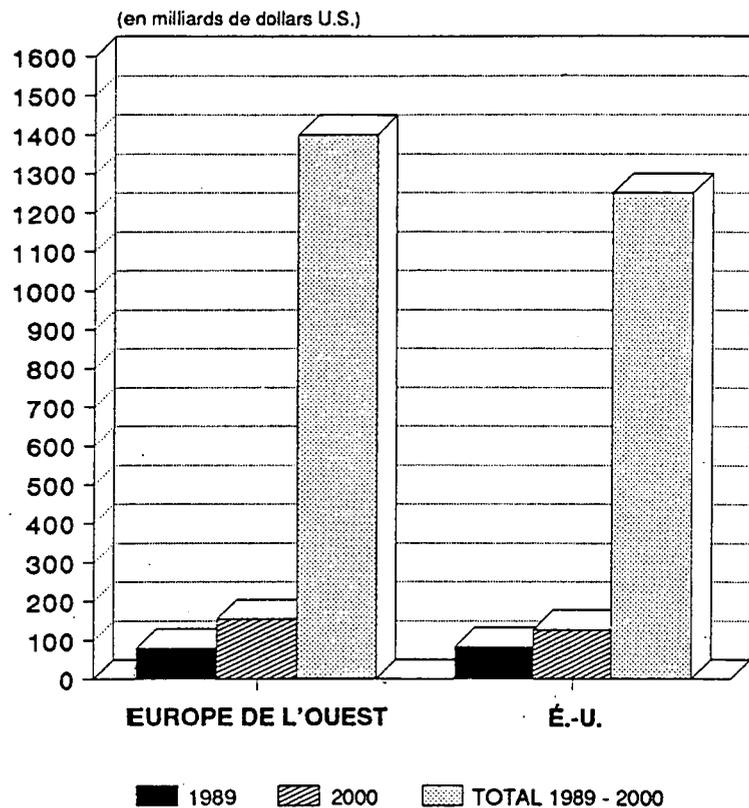
L'épuration des eaux et les déchets solides constituent les segments de marché qui dépenseront le plus d'argent. Les questions de pollution atmosphérique pourraient également représenter des dépenses importantes, de même que les dépenses de recherche-développement.

ANNEXE 3

COÛT DES MESURES DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT EN EUROPE DE L'OUEST

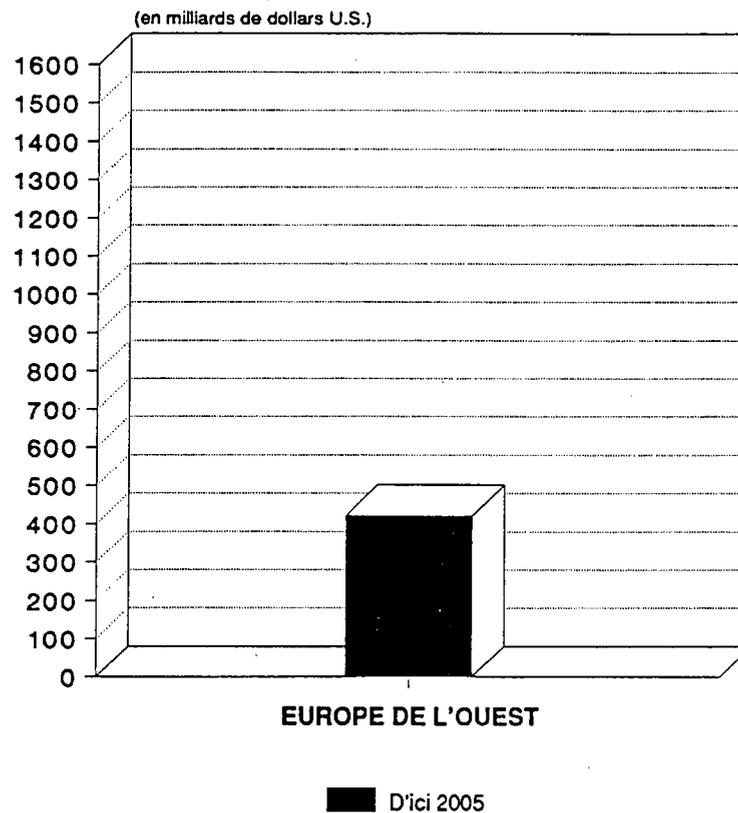
HELMUT KAISER

Secteurs privé et public



DRI

TOTAL DES DÉPENSES SUPPLÉMENTAIRES D'ICI 2005
Secteur privé seulement



Les deux études découpent le marché de la PE en six segments. Cependant, il y a des différences importantes entre les segments définis par chacune des deux études, et ils sont difficiles à comparer. L'annexe 4 présente un sommaire de l'une des segmentations de marché.

Les secteurs prioritaires sont définis à partir de leurs dépenses courantes et de leurs prévisions de croissance. L'annexe 5 présente les marchés prioritaires définis dans les deux études, avec les estimations de leurs dépenses.

Les notes ci-après résument les faits saillants des deux tables de l'annexe 5.

- Le rapport Kaiser estime que les segments de marché concernant l'épuration des eaux et les déchets solides représenteront environ les deux tiers des dépenses. En revanche, DRI estime que la répartition des dépenses supplémentaires selon les problèmes d'environnement varie avec le temps. Au cours des premières années, la gestion des déchets, la qualité de l'eau et la recherche-développement dominant. Les dépenses relatives à la pollution atmosphérique augmentent rapidement, en particulier celles qui portent sur la conservation de l'énergie. D'autre part, les investissements dans les transports et les dépenses relatives à la pollution par le bruit mettent longtemps à se développer.
- Alors que Kaiser estime que les dépenses se répartissent de façon égale entre les investissements d'une part et l'exploitation et l'entretien d'autre part, DRI estime que les dépenses d'investissement représentent une proportion croissante des dépenses, à mesure que la conservation de l'énergie et les mesures de réduction de bruit sont introduites. L'investissement initial concernera la construction, les travaux publics, les infrastructures de transport, les stations de traitement des eaux, etc. Par la suite, les ressources en capital seront réorientées vers les investissements en équipement et en machines, par contraste avec la construction.

DRI affirme que le secteur des entreprises devra augmenter ses dépenses de recherche-développement pour élaborer les technologies nécessaires. Plus de 80 p. 100 de la recherche-développement sera effectuée par quatre industries : la chimie, l'électrotechnique, le génie mécanique et les équipements de transport.

Les annexes 6, 7 et 8 qui sont extraites du rapport Kaiser présentent un survol des trois marchés clés, c'est-à-dire l'eau, les déchets solides et l'air. L'annexe 9 donne des exemples spécifiques de marchés techniques potentiels définis par DRI.

Les trois délégués commerciaux étaient généralement en accord avec ces résultats. Le délégué de l'Allemagne de l'Ouest faisait remarquer que les réfections de site étaient un élément important dans l'ancienne Allemagne de l'Est et que les technologies avancées mises au point au Canada pour l'extraction de substances nutritives des eaux usées représentaient de bonnes occasions. Selon le délégué commercial de la France, le contrôle de la qualité de l'air serait probablement plus limité que les autres marchés.

Les pays prioritaires

Conclusion

Les pays cibles prioritaires, en raison de l'importance probable de leurs dépenses de PE, sont les suivants :

- l'Allemagne,
- la France,
- le Royaume-Uni,
- l'Italie.

Les Pays-Bas et l'Espagne devraient également dépenser beaucoup en PE.

L'Allemagne représentera à elle seule 25 p. 100 des dépenses prévues de PE en Europe de l'Ouest.

Évidemment, l'importance des dépenses prévues n'est que l'un des facteurs à considérer pour les entreprises canadiennes qui doivent décider si un pays particulier représente un marché d'exportation

intéressant. Les entrevues avec les délégués commerciaux canadiens en poste en Allemagne, au Royaume-Uni et en France ont confirmé que ces trois pays sont ceux qui devraient dépenser le plus en PE au cours de la prochaine décennie. Cependant, les trois délégués commerciaux précisait également que les forces internes de ces trois pays sont excellentes. La concurrence sera dure et sophistiquée.

ANNEXE 4

Les segments de marché selon le rapport Kaiser

1. **Épuration des eaux et traitement des effluents et des boues**
 - Traitement municipal des sources d'approvisionnement en eau et des eaux usées.
 - Traitement municipal des boues.
 - Traitement industriel des effluents.
 - Mesure, régulation de procédés et analyse.
2. **Évacuation des déchets solides dangereux, récupération de matériaux et décontamination de sites**
 - Évacuation, enlèvement et transport des déchets dangereux.
 - Ingénierie et consultation.
 - Mesure, régulation de procédés et analyse.
 - Technologie de décharge.
 - Centres de recyclage, en particulier pour les déchets de plastique.
 - Incinération des ordures ménagères et des déchets dangereux.
 - Décontamination sur le site et hors site (ingénierie, effluent thermal, stripage, extraction, méthodes biologiques et terrassements).
3. **Contrôle de qualité de l'air**
 - Ingénierie et consultation.
 - Désulfurisation.
 - Dénitrification.
 - Dépoussiérage.
 - Traitement des gaz résiduels.
 - Mesure, régulation de procédés et analyse.
4. **Réduction du bruit**
 - Ingénierie et consultation.
 - Acoustique dans les bâtiments et dans la construction.
 - Protection contre le bruit sur les lieux de travail.
- Protection contre les bruits industriels.
- Protection contre le bruit sur les routes.
- Technologie de mesure.
5. **Conservation d'énergie**
 - Technologies :
 - énergie solaire.
 - énergie éolienne.
 - biomasses.
 - gaz de décharge.
 - énergie géothermique.
 - Efficacité dans l'industrie :
 - couplage chaleur-force.
 - stations de récupération de chaleur.
 - énergie produite par les déchets.
6. **Mesure, régulation de procédés et analyse**
 - Épuration des eaux :
 - technologie de mesure et d'analyse des métaux, des produits chimiques et des toxines.
 - Contrôle de la qualité de l'air :
 - technologie de mesure et d'analyse des émissions particulières, des émissions gazeuses et de la poussière.
 - Réduction de bruit :
 - technologie de mesure de niveau sonore et de dose de bruit.
 - Évacuation des déchets solides :
 - technologie de mesure de contenu de produits chimiques humides, détermination de poids, analyse spectroscopique.

ANNEXE 5

Les marchés prioritaires selon Kaiser

Segment de marché	Dépenses annuelles ¹ (en milliards de \$ U.S.)		Taux de croissance composé ⁴
	1989	2000 ²	
1. Épuration des eaux et traitement des effluents et des boues	26	47	6%
2. Évacuation des déchets solides et récupération de matériaux	31	65	7%
3. Qualité de l'air	15	28	6%
4. Réduction du bruit	4	6	4%
5. Conservation d'énergie	7	13	6%
Totaux	83	159	6%
6. Mesure, régulation de procédés ³	2	5	11%

1. Total des dépenses d'investissement, d'exploitation et d'entretien (environ 50 p. 100 en investissement et 50 p. 100 en exploitation et entretien).
2. Hypothèse : dollars constants (non spécifié par l'étude Kaiser)
3. Également compté dans les cinq segments de marché précédents.
4. Calculé à partir des chiffres de Kaiser.

Les marchés prioritaires selon DRI Coûts supplémentaires jusqu'en 2005 des scénarios écologiques Europe de l'Ouest (en milliards de \$ U.S.)

	Probable	Extrême	Taux moyen de croissance annuelle	
			Probable	Extrême
Air ¹	28	123	5,6%	11,0%
Eau	46	66	5,2%	6,4%
Sol	19	46	n.d.	n.d.
Déchets	66	95	8,9%	10,0%
Bruit	8	30	9,7%	17,3%
R-D	34	69	n.d.	n.d.
Totaux	201	429	6,7%	9,3%

1. Comprend les mesures prises pour combattre le changement global de climat et pour développer les infrastructures de transport.

ANNEXE 6

Épuration des eaux et traitement des effluents et des boues en Europe de l'Ouest

Tendances

- Croissance rapide des méthodes de recyclage des eaux (recirculation).
- Troisième niveau d'épuration (précipitation au nitrate et au phosphate).
- Besoin accru de produits chimiques pour le traitement des eaux.
- Croissance de la demande en technologie de mesure, de régulation de procédés et d'analyse (systèmes experts, intelligence artificielle).
- Augmentation des services d'ingénierie et d'expert-conseil.
- Traitement des eaux d'infiltration.
- Traitement et recyclage des boues (et en particulier des boues industrielles).
- Systèmes de conservation des eaux.

Possibilités

- Besoin croissant d'eau ultra-pure dans les industries de l'électronique et des produits pharmaceutiques.
- Contamination croissante de l'eau potable.
- Législation plus sévère (rabaissement des concentrations maximales autorisées, élévation des frais de décharge d'effluents).
- Augmentation des quantités de boue.
- Grand besoin d'investissements pour l'assainissement des conduites d'égouts et des canalisations de distribution d'eau.
- Augmentation des investissements en traitement des eaux industrielles et des effluents.

Risques

- Manque de besoins financiers.
- Concurrence sévère, en particulier pour les méthodes à faible technologie.
- Manque de mise en exécution des lois pertinentes (par exemple, non-observation des directives du Marché commun).
- Stations (mobiles) de mesure inadéquates, en particulier pour la surveillance de décharges industrielles.

ANNEXE 7

Évacuation des déchets solides et des déchets dangereux Récupération de matériaux et assainissement des sites contaminés en Europe de l'Ouest

Tendances

- Incinération des déchets solides et des déchets dangereux (récupération de chaleur et centrales électriques).
- Stratégies d'évitement et de recyclage.
- Sites de décharge de haute sécurité.
- Augmentation en flèche des coûts d'évacuation de déchets.
- Centres d'évacuation des déchets.
- Assainissement des sites contaminés.
- Évacuation régionale des déchets solides et des déchets dangereux.
- Chute brutale des transports de déchets solides et de déchets dangereux.

Possibilités

- Manque de sites de décharge.
- Augmentation considérable de la quantité de déchets dangereux, en raison d'une redéfinition.
- Potentiel de marché important.
- Taux de croissance élevé.

Risques

- Recherche de sites et longue procédure d'approbation.
- Technologie et sécurité.
- Moyens financiers.
- Prix trop bas sur le marché des produits recyclés.
- Concurrence sévère.

ANNEXE 8

Contrôle de qualité de l'air et traitement des gaz résiduaires en Europe de l'Ouest

Tendances

- Désulfurisation d'ici 1995.
- Dénitrification d'ici l'an 2000.
- «Directives techniques pour le contrôle de la qualité de l'air» plus sévères en Allemagne de l'Ouest.
- Les réglementations légales des autres pays de l'Europe de l'Ouest seront adaptées pour correspondre aux normes ouest-allemandes.
- Contrôle de la qualité de l'air pour les stations d'incinération de déchets solides et dangereux.
- Traitement des gaz résiduaires industriels.
- Mesures et analyses mobiles.

Possibilités

- Potentiel de marché important.
- Législation plus sévère.

Risques

- Moyens financiers.
- Manque de mise en exécution.
- Concurrence plus sévère.
- Technologie et sécurité.

Obstacles à la pénétration du marché

Conclusion

L'obstacle le plus important à la pénétration dans l'industrie européenne de la PE est la force de l'industrie de PE locale. Les retards dans l'harmonisation des normes pourraient continuer à faire du marché de la CE un marché difficile. Le marché des eaux est conditionné par les préférences de la CE.

L'industrie de la PE en Europe de l'Ouest et en Allemagne en particulier a été conditionnée par :

- des lois de PE sévères;
- un marché interne important;
- le besoin d'utiliser de façon efficace des ressources naturelles limitées;
- un niveau élevé de concurrence et d'innovation;
- l'accent mis sur la différenciation technologique, la recherche fondamentale et les solutions particulières.

Les délégués commerciaux étaient en plein accord sur ces conclusions. Leurs trois pays, qui sont parmi les plus développés d'Europe, disposent tout à la fois d'entreprises bien établies équipées d'importantes installations de recherche-développement, et de jeunes entreprises qui se créent pour répondre aux réglementations sévères s'appliquant à la protection de l'environnement. L'obstacle le plus sérieux à la réussite sera donc une concurrence vigoureuse et sophistiquée.

Cette situation ne devrait connaître aucun changement du fait de l'Europe de 1992; en fait, la tendance devrait se confirmer à mesure que les firmes européennes éprouvent moins de difficulté à se faire concurrence dans tous les pays membres de la CE. L'Europe de 1992 ne sera pas un marché homogène : il y aura encore des différences locales importantes entre les divers pays, sur le plan des réglementations et des cultures, et ces différences subsisteront probablement pendant de nombreuses décennies.

Les agents du U.S. Department of Commerce font remarquer, dans leurs rapports aux exportateurs américains, qu'il y a de longs délais entre l'adoption de la législation par la CE et la mise en application de cette législation par les pays membres. Le retard le plus important est celui qui concerne l'élimination des obstacles techniques au commerce, et en particulier l'établissement de normes pour les produits. Les membres de la CE sont très nettement en retard par rapport aux dates prévues d'établissement de normes plus uniformes, si bien que les exportateurs qui vendent dans les pays de la CE devront peut-être continuer pendant plusieurs années à traiter avec des normes et des procédés de certification différents dans tous les États membres de la CE. Le secteur des eaux pourrait représenter un obstacle particulier pour les exportateurs canadiens. Une directive récente de la CE concernant les marchés publics de quatre secteurs (eaux, énergie, transports et télécommunications) autorise la discrimination contre les exportateurs de l'extérieur de la CE, en l'absence de toute entente internationale ou bilatérale contraire. La directive autorise les États membres à exclure, dans ces quatre secteurs, les offres dont moins de 50 p.100 de la valeur vient de la CE; de plus, les offres acceptables des sources venant de la CE bénéficieraient d'un traitement préférentiel représentant 3 p. 100 du prix par rapport aux offres étrangères.

Ces pratiques discriminatoires auront un effet sur les stratégies que les fournisseurs canadiens devront appliquer pour pénétrer les marchés en question. Par exemple, le fait de vendre un produit de PE à un fabricant de produits chimiques de la CE ne serait pas contraire aux pratiques préférentielles, alors que cela pourrait être le cas si le même produit était vendu à une compagnie de distribution d'eau de la CE.

Stratégies de marché

Conclusion

Le marché de la PE est un marché technique, et toute stratégie de pénétration du marché devrait reposer sur la compétence technique. Une présence physique dans la CE devient également nécessaire.

Le rapport Kaiser établit un diagnostic des stratégies actuelles, ainsi que des stratégies qui devront être

appliquées à l'avenir. DRI définit un certain nombre de facteurs à considérer pour la conception d'une stratégie de marché réussie. L'annexe 10 présente un résumé des conclusions.

Selon Kaiser, les stratégies appliquées actuellement par les entreprises sont les réponses aux appels d'offre, les projets pilotes et la résolution de problèmes particuliers. Kaiser considère ces méthodes comme étant des initiatives de risque élevé offrant de faibles profits, à quelques exceptions près.

DRI soutient que l'industrie actuelle de la PE en Europe de l'Ouest est fragmentée car très peu de compagnies importantes opèrent principalement dans le secteur de la PE. Au lieu de cela, un grand nombre d'entreprises ajoutent des activités de PE à leurs opérations principales. Cette affirmation n'est soutenue par aucune preuve, et elle ne concorde pas avec les résultats d'autres études.

Les délégués commerciaux étaient généralement d'accord sur les points clés de la stratégie à appliquer pour réussir en Europe : avoir un avantage technologique, rechercher des niches dans le marché, et établir une présence locale forte. Le conseiller en poste en France met en garde contre le recours aux «agents de fabricants», en raison des problèmes juridiques qui se sont posés. Il est préférable de passer par des distributeurs ou de conclure des licences.

On ne doit pas oublier que la CE a récemment défini quatre secteurs (énergie, eaux, télécommunications et transports) pour lesquels ses membres peuvent appliquer des pratiques d'achat préférentielles selon le pourcentage du contenu venant de la CE. Les Canadiens qui désirent exporter sur ces marchés devront certainement établir une forte présence dans la CE, en particulier s'ils traitent avec des produits manufacturés de PE. Les agents commerciaux canadiens et américains conseillent à leurs petites et moyennes entreprises manufacturières de commencer maintenant à rechercher des associés, autant par enthousiasme à l'égard du marché de la CE que par crainte de ces pratiques préférentielles.

Conclusions

Les estimations des dépenses probables de l'Europe de l'Ouest en PE varient largement, mais toutes les estimations sont élevées. Cet aspect est commun à toutes les tentatives qui ont été faites d'estimer les dépenses en PE des pays occidentaux, et il illustre la variété des hypothèses et des perspectives sur lesquelles ces études sont fondées.

Cependant, ce ne sont pas ces différences qui sont importantes, mais plutôt le fait que toutes les estimations prévoient des dépenses élevées en produits et services de PE. Il y a de larges marchés de PE en Europe de l'Ouest.

Les segments de marché particuliers qui ont été définis varient selon les études, mais en général, tous les segments de marché traditionnels de la PE sont considérés comme importants :

- traitement des eaux usées;
- contrôle de la pollution atmosphérique;
- réfection des sites;
- tous les aspects du traitement et de la gestion des déchets solides;
- contrôle de bruit;
- analyses d'impact et planification environnementale;
- une grande variété de questions en rapport avec l'énergie et les transports;
- des questions globales telles que le contrôle des gaz à effet de serre;

Toute compagnie qui dispose d'une avance technologique dans l'un quelconque de ces domaines peut compter sur des marchés potentiels en Europe de l'Ouest. Cependant, la concurrence locale sera dure et sophistiquée. Une forte présence locale dans la CE constituera un facteur de succès essentiel.

ANNEXE 9

«Exemples de débouchés possibles» sur le marché européen de la protection de l'environnement selon le rapport de DRI

	Croissance passée de la demande	Croissance future de la demande
Chaudières à lits fluidisés	Moyenne	Basse
Désulfuration des gaz	Haute	En accélération
2 De-NO _x	Basse	En accélération
Énergie solaire	Très basse	Locale et à long terme
Énergie éolienne	Très basse	Locale et à long terme
Convertisseurs catalytiques	Moyenne	En accélération — à court terme
Catalyseurs	Haute	En accélération
Produits de remplacement des CFC	Nouveau marché	Très haute
Membranes	Haute	Très haute
Incinérateurs	Basse	Moyenne
Analyses d'impact	Nouveau marché	Haute
Services de gestion des déchets	Basse	Haute
CAO/FAO	Haute	Haute

ANNEXE 10	
Stratégies commerciales	
Kaiser	DRI
<p><i>Stratégies actuelles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • appels d'offres • projets pilotes • résolution de problèmes 	<ul style="list-style-type: none"> • l'industrie actuelle de la PE est fragmentée; • peu de grandes compagnies opèrent principalement dans le secteur de la PE; • devient une industrie globale, comme le montre l'augmentation des ententes, licences, fusions, etc. internationales;
<p><i>Stratégies futures</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • accès sur le secteur privé • de portée globale • système et service intégrés • coopération en R-D • offres de services • solutions globales 	<ul style="list-style-type: none"> • firmes japonaises et américaines particulièrement actives; • l'innovation est essentielle mais les investissements en R-D sont freinés par l'incertitude sur les réglementations futures; • cependant, les compagnies commencent à prendre de l'avance sur les réglementations par l'application de stratégies «écologiques» à leur fabrication, leur marketing et leur planification de produits.

4. FORCES INDUSTRIELLES INTERNES DU CANADA DANS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

La présente section passe en revue les forces industrielles internes du Canada sur le marché de la protection de l'environnement. Il est à noter que cela constitue le côté «offre» de l'étude de marché, qui cherche à établir dans quelle mesure les compagnies canadiennes sont prêtes à fournir les produits et services demandés par les marchés européens de la PE dans les années 90.

Méthodologie

Trois méthodes ont été utilisées pour faire le diagnostic des forces internes :

- un examen des études antérieures effectuées à propos de l'industrie de la PE au Canada et dans les provinces;
- des entrevues avec des représentants des ministères fédéraux et provinciaux intéressés par l'industrie de la PE;
- une téléconférence avec 12 représentants de l'industrie de la PE et des gouvernements, y compris l'Association des industries de la protection de l'environnement du Canada, de création récente.

Les études suivantes ont été examinées :

- *L'industrie canadienne de l'environnement : Dimension, importance et tendances*, par Informetrica Ltd. ; étude réalisée pour Industrie, Sciences et Technologie Canada, Ottawa, mars 1991;
- *L'Europe de 1992 et l'industrie ontarienne de la protection de l'environnement*, ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario, 1990.

Des études portant sur l'industrie intérieure de la PE doivent être entreprises par les provinces de l'Ouest et par ISTC au Québec. Une étude récente de l'industrie de la PE dans les provinces maritimes sera prochainement publiée par ISTC à Halifax.

Forces de l'industrie intérieure

Chacune des études examinées donne un aperçu intéressant de la dimension de l'industrie au Canada et de ses caractéristiques locales, mais aucune des deux n'a pu cerner de façon claire et précise les forces sectorielles internes qui pourraient servir de tremplin pour pénétrer en Europe.

Survol des industries manufacturières canadiennes de la PE

Dans le cadre d'un contrat avec ISTC, Informetrica Ltd. a procédé à un examen macro-économique de l'industrie manufacturière de la PE au Canada. Cet examen faisait appel aux chiffres du recensement des manufacturiers de 1980 à 1986, et s'est penché sur 58 industries manufacturières, à l'exclusion du secteur des services et des secteurs primaires (agriculture, pêche, piégeage, mines). Les conclusions préliminaires de cet examen étaient les suivantes :

- Il y avait environ 1 700 établissements qui fabriquaient des produits destinés à la protection de l'environnement en 1986. Environ 68 p. 100 de ces firmes tiraient 50 p. 100 ou plus de leurs revenus de la vente de produits de protection de l'environnement.
- Le nombre de firmes ayant pour activité principale la fabrication de produits de protection de l'environnement a très nettement augmenté au cours des dernières années.
- La plupart des entreprises sont petites. Plus de 50 p. 100 des firmes annonçaient des ventes se situant entre 1 et 25 millions de dollars, et 33 p. 100 avaient des ventes de moins d'un million de dollars.
- Soixante-douze entreprises annonçaient des ventes de plus de 50 millions de dollars. Ces entreprises, qui représentaient 4,5 p. 100 de

toutes les firmes, produisaient
63 p. 100 de toutes les ventes de produits
de protection de l'environnement.

- Au cours des dernières années, un grand nombre de petits établissements de fabrication de produits de PE ont vu le jour.
- La plus grande partie des produits canadiens de PE semblent se situer à l'extérieur du secteur de la «technologie de pointe». Informetrica en a conclu que la plus grande partie des opérations de fabrication de produits de PE au Canada servaient «... à fournir au secteur public et au secteur privé du pays du matériel de «plomberie» et du matériel de «ramassage et enlèvement d'ordures».
- L'Ontario et l'Alberta représentent des proportions relativement plus élevées de valeur ajoutée et d'emplois dans la fabrication de produits de PE que ce que leurs parts respectives de l'ensemble du secteur manufacturier du Canada pourrait suggérer. Il n'y avait aucune explication particulière à cette situation.

Étude du ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario

Le gouvernement de l'Ontario, dans son rapport intitulé *L'Europe de 1992 et l'industrie ontarienne de la protection de l'environnement*, a présenté une analyse des forces de la province et des possibilités de marché qu'elle représente. L'annexe 11 présente un sommaire de ce rapport. En raison de l'extrême diversité de l'industrie de la PE, il est difficile de tirer des conclusions globales de cette étude; cependant, les auteurs présentent les conclusions suivantes :

Les forces de l'Ontario se trouvent principalement dans les services d'ingénieurs-conseils, dans des équipements visant des niches particulières du marché (équipement spécialisé de traitement des eaux usées, équipement de contrôle, désulfuration des gaz effluents, etc., et, dans une moindre mesure, les produits ou instruments de faible technologie et de gros volume), dans les services de gestion des déchets solides, et dans l'adaptation des technologies aux besoins des industries de transformation de matières premières. Bien que les services d'ingénieurs-conseils constituent une force de l'industrie de la province, les possibilités d'activités en Europe peuvent être limitées par les niveaux concurrentiels de l'industrie locale en Europe, par la place importante que représente dans les projets de protection de l'environnement l'aspect génie civil, qui peut être facilement couvert par des firmes européennes, et par les coûts que représente le déplacement en Europe de ressources et de compétences rares, alors que la demande locale de l'Ontario est forte. Les firmes qui peuvent fournir de l'équipement ou des procédés brevetés en même temps que leurs services de conception sont celles qui ont le plus de chances de réussir en Europe.

Les limites du potentiel d'exportation d'équipement de l'industrie provinciale tiennent au fait qu'elle est dominée par des entreprises étrangères; le marché de l'équipement de traitement des déchets solides constitue l'exception à cette règle.

ANNEXE 11

Force de l'industrie de la PE de l'Ontario

(d'après le rapport de 1990 du ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie)

Équipement de réduction de la pollution et de lutte contre la pollution

Si l'on considère les forces de l'industrie interne, l'Ontario ne semble offrir qu'un potentiel modeste pour les exportations en Europe d'équipement de réduction de la pollution et de lutte contre la pollution. Cependant, un petit nombre de fournisseurs particuliers disposent peut-être d'excellentes perspectives. Les limites de cette industrie sont illustrées par sa balance commerciale négative, par la domination des filiales de sociétés étrangères en Ontario, par les obstacles que représentent les coûts de transport et par la faible différenciation d'une partie de l'équipement industriel de base utilisé dans les applications relatives à l'environnement. Cependant, un certain nombre de firmes se distinguent par leur leadership technologique reconnu ou par leurs récents succès à l'exportation.

Les firmes ontariennes qui connaissent le succès dans le secteur de la pollution atmosphérique ont tendance à être de petites entreprises qui exploitent des niches particulières dans le marché, ou au contraire des compagnies importantes du secteur des matières premières. Quelques-unes ont tout récemment commencé à commercialiser les technologies de traitement qu'elles ont élaborées pour elles-mêmes.

L'industrie du traitement des eaux et des eaux usées en Ontario est également dominée par des filiales de firmes américaines. Aux fabricants américains importants s'ajoutent de nombreuses petites et moyennes entreprises ontariennes dont les produits connaissent le succès dans des niches particulières. Ces firmes ontariennes sont souvent axées sur la technologie (c'est-à-dire que leur création ou leur croissance résulte de travaux réussis de R-D); animées par un esprit d'entreprise vigoureux, elles savent prévoir les changements législatifs ou y réagir rapidement. Un certain nombre de ces firmes ontariennes ont déjà établi une présence sur les marchés d'exportation, dont l'Europe.

Dans l'industrie des équipements de PE, le segment des déchets solides et dangereux comprend une combinaison de filiales de sociétés américaines et de firmes canadiennes. Les équipements de traitement de déchets solides sont dominés par des fabricants importants. Les fabricants de l'Ontario ne semblent pas avoir des avantages concurrentiels particuliers en Europe sur ces produits.

Équipement et instruments de contrôle, d'échantillonnage et d'observation

L'industrie des équipements de CEO (contrôle, échantillonnage et observation) concerne la conception et la fabrication d'instruments de PE dont les échantillonneurs gazeux, les échantillonneurs à filtre, l'équipement d'analyse de gaz et les compteurs. Parmi les firmes principales du marché de l'Ontario, beaucoup sont des filiales de sociétés étrangères. D'autres se contentent d'assembler des panneaux de commande et d'autres produits à partir de composantes électroniques importées. Bien que les volumes en jeu ne représentent pas des montants importants, quelques compagnies ontariennes spécialisées en équipement de CEO offrent des innovations technologiques qui présentent un bon potentiel d'exportation. Plusieurs de ces firmes ont déjà fait leurs preuves sur les marchés d'exportation, dont les marchés européens.

Industrie des services de protection de l'environnement

Contrairement aux autres segments de l'industrie de la PE, l'industrie des services de protection de l'environnement est dominée en Ontario par des entreprises locales. Les industries lourdes et les entreprises de services publics de l'Ontario ont également acquis une compétence externe considérable dans les questions d'environnement. Dans la majorité des cas, ces firmes et institutions n'ont pas encore commercialisé de façon active leurs compétences auprès d'autres organismes.

En dépit de la force de l'industrie interne des services, ce sont dans une large mesure les mêmes circonstances qui ont protégé le marché canadien contre les importations de services de PE et qui créent des obstacles aux exportations vers d'autres pays industrialisés. Les services de laboratoire ne sont généralement pas exportés, sauf s'ils sont liés à des projets subventionnés d'aide au développement visant le tiers-monde, bien que les laboratoires puissent établir des opérations dans d'autres pays. Les firmes d'ingénierie et de construction doivent souvent répondre à des exigences de licence locale et ont besoin d'une forte présence sur le marché local.

Commentaires des représentants des gouvernements

Des entrevues avec divers représentants des ministères du Commerce et du Développement commercial fédéraux et provinciaux ont confirmé que la structure, les forces et les faiblesses de ce secteur industriel n'étaient pas encore bien comprises. De nombreux exemples de compagnies canadiennes de PE ayant réussi à exporter en Europe de l'Ouest ont été présentés, mais il ne s'en est dégagé aucune image globale de forces sectorielles internes qui seraient à la base de ces réussites.

Téléconférence avec les spécialistes du gouvernement et de l'industrie

La téléconférence organisée avec des représentants de l'industrie et du gouvernement a permis d'aller plus loin dans ces observations. Les participants s'accordaient pour dire que la réussite d'entreprises canadiennes de PE dépendait plus des efforts et des capacités des firmes intéressées que de forces régionales ou nationales. Certaines régions telles que l'Alberta, peuvent avoir des forces dans un secteur particulier, comme par exemple l'ingénierie dans le domaine de l'exploration et du développement du pétrole et du gaz. La difficulté reste cependant de transformer cette compétence générale et diffuse en activités spécifiques d'exportation par des compagnies particulières.

Cette constatation illustre en partie une des réalités du marché de la PE. Ce marché comprend une grande variété de produits et de services différents qui n'ont en commun que leur objet, c'est-à-dire la protection de l'environnement naturel. Cette constatation illustre également la réalité de la base industrielle canadienne.

Les études et les agents intéressés s'accordent pour dire qu'une compagnie canadienne qui désire réussir sur le marché européen doit avoir un certain avantage technologique, qui doit être protégé de préférence par des brevets ou par un autre mécanisme. Ainsi, l'innovation technologique devient la force interne qui guide les réussites à l'exportation.

Conclusions

L'industrie canadienne de la PE reste dans une large mesure une inconnue. Bien que sa croissance et son développement aillent clairement dans l'intérêt de tous les paliers de gouvernement, les problèmes liés à la diversité des définitions et au manque de ressources n'ont pas permis de cerner avec précision la structure et les forces de l'industrie. Il ne se dégage aucune image claire de force sectorielle.

Cependant, il existe de nombreux exemples de firmes canadiennes qui sont parvenues à vendre leurs produits, leurs procédés et leurs services de PE en Europe de l'Ouest. Dans la plupart des cas, la réussite était due principalement à une avance technologique qui donnait aux entreprises un avantage par rapport à des concurrents européens sophistiqués.

Dans la section qui suit, nous examinons quelques exemples de réussite de compagnies canadiennes, et nous nous efforçons d'en extraire les composantes clés des stratégies d'exportation qui permettent de connaître le succès.

5. LA RÉUSSITE SUR LE MARCHÉ DE L'EUROPE DE L'OUEST

Les sections antérieures ont montré qu'un grand marché de la PE est en cours de développement en Europe de l'Ouest. Certaines compagnies canadiennes sont parvenues à exporter avec succès sur ce marché, en dépit d'obstacles importants. Dans cette section finale du rapport, nous présentons quelques cas de réussite. À partir de ces réussites et des commentaires obtenus des délégués commerciaux canadiens de trois pays de l'Europe de l'Ouest, nous tirons des conclusions générales sur les démarches à adopter pour conquérir ce marché.

Six histoires de réussite

Cas étudiés

Les histoires de réussite qui suivent, tirées de toutes les régions du pays, illustrent les diverses démarches adoptées par les compagnies qui ont connu le succès sur le marché de l'Europe de l'Ouest. Ces exemples montrent qu'il existe des possibilités de développement pour les entreprises qui ont un avantage technologique et qui sont fermement décidées à conquérir le marché.

**RÉUSSITE
DE SIX ENTREPRISES CANADIENNES
SUR LE MARCHÉ DE LA PE EN EUROPE DE L'OUEST**

1^{re} ÉTUDE DE CAS

La compagnie

Axys Group Ltd.
C. P. 2219, 2045, Mills Road □ Sidney (C.-B.)
Téléphone : (604) 656-0881
Télécopieur : (604) 656-4511

Fondée en 1974, Axys Group Ltd. est une société privée qui offre divers produits et services distincts. Ceux-ci comprennent le conseil environnemental, les services d'analyse organique de traces, les systèmes environnementaux, les SIG, et les produits chimiques de grande pureté. Ces services et produits sont offerts à l'échelle internationale.

- Ventes : 8 millions de dollars
- Employés : 100

Les produits

Axys vend plusieurs produits et services de protection de l'environnement sur le marché de l'Europe de l'Ouest :

- appareillage de contrôle de qualité d'eau;
- bouées de surveillance de l'environnement;
- services d'analyse organique de traces;
- produits chimiques ultra-purs.

L'appareillage de contrôle de qualité d'eau représente l'essentiel des ventes d'Axys en Europe de l'Ouest.

Histoire de la réussite

L'Europe de l'Ouest a été pour Axys la première occasion d'exporter ses services à l'extérieur de l'Amérique du Nord. La compagnie est sur ce marché depuis maintenant sept ans.

Axys a commencé à pénétrer le marché en participant à des foires commerciales internationales qui ont provoqué par la suite des demandes de renseignements à propos de ses services.

Ayant établi que ses produits, et en particulier l'appareillage de contrôle de qualité d'eau, se distinguaient suffisamment des concurrents pour

aborder le marché de l'Europe de l'Ouest, Axys commença à rechercher des agents convenables pour les distribuer. Ces agents disposent de licences leur permettant de vendre seulement des produits, et non les services, d'Axys.

Les services d'Axys bénéficient d'une réputation telle que les demandes sont adressées directement aux bureaux canadiens de la compagnie, plutôt que de passer par des agents.

Par l'intermédiaire de ces agents, Axys a réalisé des ventes en Italie, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France et en Espagne.

La plupart de ces ventes, qui atteignaient 200 000 \$ en 1990, étaient destinées à des gouvernements fédéraux, régionaux ou provinciaux.

Les obstacles

Le principal obstacle auquel Axys a dû faire face pour pénétrer dans le marché était la recherche de bons agents de vente. Il s'est avéré que la meilleure façon de surmonter cet obstacle était la persistance et une recherche permanente.

Facteurs de réussite clés

Le caractère unique et la qualité des produits d'Axys étaient les raisons principales de leur succès.

L'assistance du gouvernement pour pénétrer le marché a également été utile. Axys a utilisé deux programmes gouvernementaux dans sa stratégie : PDME, et le Programme de recherche de possibilités technologiques en Europe. Ce dernier avait un budget de 20 millions de dollars destiné à aider les compagnies canadiennes à participer à des projets EUREKA. EUREKA est un programme visant à développer les technologies européennes, afin de rendre les firmes européennes plus compétitives vis-à-vis de leurs homologues nord-américains et japonais.

Quelques conseils

Effectuez des études de marché avant de vous lancer; sinon, une grande quantité de ressources risquent d'être gaspillées à essayer de conquérir de mauvais marchés.

2^e ÉTUDE DE CAS

La compagnie

Groupe Cascade
3999, ch. de la Côte Vertu □ Montréal (Québec)
H4R 1R2
Téléphone : (514) 336-3330
Télécopieur : (514) 336-3023

Le groupe Cascade, qui célèbre sa 28^e année d'exploitation, offre une large gamme de produits. Ceux-ci comprennent des systèmes de contrôle de l'environnement, et principalement des systèmes de filtrage chimique de contaminants aériens, des dépoussiéreurs, des conditionneurs d'air industriels et des radiateurs électriques.

- Ventes : 20 millions de dollars
- Employés : 150

Les produits

En Europe de l'Ouest, Cascade commercialise des systèmes de contrôle de l'environnement qui produisent un filtrage chimique des contaminants aériens. Les systèmes de contrôle sont vendus principalement aux industries des pâtes et papiers et de la pétrochimie, ainsi qu'à des firmes d'ingénierie.

Histoire de la réussite

Intéressée par le marché de l'Europe de l'Ouest en raison de l'émergence des marchés globaux, de la promesse de 1992 et du succès remarquable d'un concurrent nord-américain, Cascade commença à aborder le marché il y a deux ans.

La compagnie demanda par contrat à Raymond Chabot et Associés de procéder à des travaux de recherche sur les marchés potentiels, avant d'établir son plan stratégique.

Au début, Cascade essaya de vendre directement en Europe de l'Ouest. Comme cela ne semblait pas aussi efficace que Cascade le désirait, la compagnie décida d'offrir des contrats de distribution non exclusive à six agents. Ces agents allaient ensuite subir une période de six mois de probation, et les meilleurs furent choisis parmi eux.

Actuellement, Cascade négocie avec une firme française bien établie pour parvenir à une entente de transfert de technologie. La firme française aura des droits exclusifs sur les produits de Cascade en Europe de l'Ouest. En échange, Cascade aura les droits exclusifs des produits de cette compagnie en Amérique du Nord.

Les ventes de Cascade augmentent rapidement, la croissance prévue pour les quelques prochaines années étant estimée à 10 à 12 p. 100. Jusqu'à présent, la compagnie a réalisé des ventes au Royaume-Uni, en Italie, aux Pays-Bas et en Espagne.

Les obstacles

Les obstacles les plus importants auxquels Cascade a dû faire face étaient les différences de pratiques commerciales. Les clients n'étaient pas disposés à abandonner leurs fournisseurs en faveur d'une compagnie étrangère inconnue, même après des réductions de prix importantes. Cascade est en train de surmonter progressivement cette attitude, en établissant son nom en tant que producteur de qualité offrant des prix compétitifs. Encore une fois, il a été démontré que le temps et la persistance sont des facteurs de succès efficaces.

Facteurs de réussite clés

- Les avantages technologiques offerts par les produits de Cascade.
- La stratégie d'entreprise élaborée et appliquée par Cascade.
- Le prix des produits.

Quelques conseils

Ne négligez pas votre marché interne au profit de vos exportations. S'il y a un choix à faire entre une vente au Canada et une vente en Europe de l'Ouest, choisissez la vente au Canada; sinon, votre marché de base risque de disparaître.

3^e ÉTUDE DE CAS

La compagnie

Eco-Tec Inc.
925, ch. Brock Sud □ Pickering (Ontario)
L1W 2X9
Téléphone : (416) 831-3400
Télécopieur : (416) 831-3409

Eco-Tec est une société privée qui dispose d'usines à Pickering (Ontario) et à Walsall (Angleterre).

• Employés : 60

Les produits

Le recyclage chimique et la purification chimique, principalement pour l'industrie du finissage des métaux, représentent la plus grande partie du volume d'affaires d'Eco-Tec. Environ 90 p. 100 des ventes d'Eco-Tec sont attribuées à ces produits.

Histoire de la réussite

Eco-Tec exerce ses activités sur le marché européen depuis environ 15 ans. Le premier contact de la compagnie avec le marché résultait de l'intérêt qui avait été suscité par ses produits à des expositions internationales. Eco-Tec ayant répondu avec dynamisme à cet intérêt, des ventes ont été réalisées auprès de clients industriels de l'Europe de l'Ouest. Eco-Tec fabriquait le produit au Canada et l'exportait pour le livrer aux clients.

L'exportation devenant trop coûteuse en raison des taux de change, Eco-Tec accorda une licence à une firme du Royaume-Uni pour fabriquer les systèmes au Royaume-Uni pour le marché européen. Cet arrangement a permis à Eco-Tec de maintenir à un niveau minimum ses dépenses d'investissement. Pour soutenir le financement de l'entreprise, Eco-Tec s'est efforcée d'utiliser le plus possible les programmes d'assistance du gouvernement.

Eco-Tec allait finalement fonder ETE, une filiale en propriété exclusive qui allait permettre à la firme de disposer d'installations de production au Royaume-Uni pour desservir le marché européen.

Actuellement, Eco-Tec poursuit ses activités dans pratiquement tous les pays de la Communauté européenne. La compagnie a réalisé des ventes en Allemagne, au Royaume-Uni, en France, en Italie, en Belgique et aux Pays-Bas.

Pour augmenter ses ventes dans les pays de la CE, Eco-Tec a conclu des contrats avec des distributeurs locaux. Ces distributeurs ne sont pas des représentants, c'est-à-dire qu'ils achètent les produits d'Eco-Tec pour les revendre. Les ventes dans ces pays ont augmenté régulièrement au cours des 15 dernières années, l'année 1990 étant la meilleure année d'Eco-Tec. L'augmentation des ventes devrait se poursuivre avec la formation du Marché commun de 1992.

Les obstacles

Les obstacles les plus importants à la pénétration du marché de l'Europe de l'Ouest par Eco-Tec étaient les différences linguistiques et culturelles. Après 15 ans, Eco-Tec comprend les différences de pratiques commerciales qui existent entre le Canada et l'Europe de l'Ouest. L'établissement d'un réseau de distribution a été essentiel pour surmonter ces obstacles. Il s'est avéré difficile de répondre aux normes européennes à partir du Canada. Les pièces et les procédés permettant de respecter les normes n'étaient pas toujours disponibles au Canada. En établissant une usine au Royaume-Uni, Eco-Tec a pu surmonter cet obstacle.

Plusieurs entreprises européennes ont contrefait les brevets détenus par Eco-Tec, et continuent de le faire. Malheureusement, la seule solution à ce problème a été de dépenser des quantités importantes de temps et de ressources pour combattre ces contrefaçons devant les tribunaux.

Facteurs de réussite clés

- La qualité technique des produits d'Eco-Tec était essentielle.
- La simple persistance sur le marché a été un autre facteur clé. Au cours de ses 15 années d'activités sur le marché européen, Eco-Tec

a dû bien souvent faire face à des situations où il aurait été logique d'abandonner. Cependant, après de nombreuses années de pertes, Eco-Tec a réalisé un profit en 1990, ce qui montre qu'il est payant de tenir le coup.

Quelques conseils

Rassemblez autant d'information que possible sur le marché européen avant d'essayer d'y vendre vos produits.

4^e ÉTUDE DE CAS

La compagnie

Kenox Corporation
Place Village Center □ Mississauga (Ontario)
L4Z 1V9
Téléphone : (416) 756-4888
Télécopieur : (416) 756-4889

Établie en 1983, Kenox est une compagnie privée qui offre aux municipalités et à des clients industriels une technologie particulière de combustion humide d'air de seconde génération.

- Ventes : 700 000 \$
- Employés : 4

Le produit

Kenox offre une technologie brevetée de combustion humide pour le traitement et la détoxification des eaux usées et des boues, pour les municipalités et les entreprises industrielles. La compagnie offre un service complet comprenant l'installation du produit.

Histoire de la réussite

Éprouvant de la difficulté à vendre son produit au Canada, Kenox avait été forcée de rechercher d'autres marchés pour éviter de devoir fermer ses portes. La compagnie avait donc contacté l'organisme responsable de la gestion des déchets au Royaume-Uni (Waste Management Authority), et avait obtenu de faire placer un article décrivant son produit dans le bulletin d'information de cet organisme. La firme espérait que cela pourrait conduire à une entreprise conjointe avec une firme du Royaume-Uni.

La préférence avait été donnée au marché du Royaume-Uni parce que les réglementations concernant l'équipement utilisé par Kenox étaient moins sévères au Royaume-Uni que dans beaucoup d'autres pays de l'Europe de l'Ouest.

Plusieurs mois après la publication de l'article, Lee Environmental contactait Kenox. Par la suite, Kenox allait conclure une entente de licence avec Lee pour vendre et utiliser le produit de Kenox au Royaume-Uni. Lee fit également l'acquisition d'un système

pour son propre usage.

Cette vente était la première pour Kenox et constituait la totalité du chiffre d'affaires de 700 000 \$ de l'an dernier.

Kenox est maintenant active en Belgique, au Danemark, en Italie, aux Pays-Bas, en Espagne et au Royaume-Uni. La compagnie est en négociation avec une autre firme à laquelle elle devrait accorder une licence exclusive du produit pour toute l'Europe, à l'exclusion du Royaume-Uni.

Les ventes devraient augmenter par suite de ces efforts.

Les obstacles

La petite dimension et le manque de références de Kenox ont été les principaux obstacles à son entrée dans le marché de l'Europe de l'Ouest. La compagnie n'avait aucun produit installé dont elle pouvait faire la démonstration, si bien que les clients potentiels préféraient s'adresser aux concurrents plus importants et mieux connus, même si leurs produits coûtaient deux fois plus cher.

Le coût élevé de l'investissement représenté par le produit de Kenox était également un obstacle à la pénétration du marché. Une unité coûte normalement entre 1,5 et 1,8 million de dollars; bien qu'il s'agisse là d'un prix très compétitif, cela représente un investissement important.

Le coût de pénétration du marché était un autre obstacle. Cet effort initial a coûté environ 40 000 \$, et la totalité de ce montant provenait des ressources propres de la compagnie.

Facteurs de réussite clés

- La qualité technique du produit de Kenox était le facteur clé.
- Le prix compétitif du produit était un autre élément essentiel.
- Une très bonne connaissance des produits et

services des concurrents était également critique.

- La simple persistance et la ténacité sur le marché ont aussi joué un rôle important.

Quelques conseils

Étudiez les marchés qui vous intéressent avant de vous lancer; sinon, vous risquez de gaspiller des quantités importantes de ressources sur de mauvais marchés.

5^e ÉTUDE DE CAS

La compagnie

Novatec Inc.
40, rue Powell □ Bureau 3000 □ Vancouver (C.-B.)
V6A 1E7
Téléphone : (604) 682-8777
Télécopieur : (604) 682-8701

Fondée en 1984, Novatec est une firme privée d'ingénieurs-conseils. Située à Vancouver, elle offre des services de génie civil et d'ingénierie en bioressources aux industries (principalement les pâtes et papiers et le conditionnement de produits alimentaires) et aux municipalités. Novatec exerce ses activités au Canada, aux États-Unis, en Europe et dans les pays situés en bordure du Pacifique.

- Ventes : 2,6 millions de dollars
- Employés : 35

Les produits

Novatec offre des services de conception de procédé et de détail pour les installations d'épuration des eaux et de traitement des eaux usées. Ces services représentent environ 85 p. 100 du chiffre d'affaires brut de Novatec.

Histoire de la réussite

L'Europe de l'Ouest a été le premier marché sur lequel Novatec a essayé d'exporter ses services. Novatec ne cherchait pas à l'origine à développer activement ce marché; en fait, c'est le marché qui est venu à la compagnie : une demande internationale de technologie de traitement des eaux usées par le Danemark a incité la compagnie à se présenter sur le marché. L'ambassade canadienne avait contacté les entreprises qui fournissaient ce genre de service, et avait offert des conseils utiles sur la façon d'approcher le marché.

Novatec n'a pas abordé le marché directement; la compagnie travaillait comme sous-traitant pour Stanley Technology Group, qui avait été chargé de fournir ses compétences en conception de procédés et en conception de détail pour l'établissement d'une

installation de traitement des eaux usées au Danemark. Jusqu'ici, cela a constitué la seule vente de la compagnie en Europe de l'Ouest.

Cette opération au Danemark a permis à Novatec de s'informer sur la façon de pénétrer d'autres marchés de l'Europe de l'Ouest. Actuellement, la compagnie s'efforce d'étendre ses affaires en Grèce, en Italie, en Allemagne et en Suède. Dans le but d'obtenir plus de ventes, Novatec a investi environ 50 000 \$ pour l'élaboration de projets pilotes qui démontrent la qualité de ses services aux clients potentiels de chacun de ces pays. Jusqu'à présent, ces efforts n'ont pas permis d'obtenir un seul contrat, mais les clients potentiels sont très intéressés par les services de Novatec. Jusqu'à maintenant, les ventes sur le marché de l'Europe de l'Ouest représentent environ 20 000 \$.

Les obstacles

Le principal obstacle au succès de Novatec en Europe de l'Ouest tient aux différences de pratiques des firmes d'ingénierie entre l'Europe et le Canada. Au Canada, l'assurance-responsabilité des firmes de consultation ne leur permet pas de participer directement aux travaux de construction des projets qu'elles traitent. Cependant, en Europe, pour remporter un contrat, une firme doit être prête à participer à la construction. Par conséquent, une compagnie canadienne s'expose à de sérieux problèmes de responsabilité si elle participe directement à des contrats avec des clients européens.

En raison de ce problème de responsabilité, il est pratiquement impossible pour Novatec de baser sa stratégie de pénétration du marché sur des associations avec des firmes européennes locales, ce qui serait sa solution préférée.

Les différences linguistiques et culturelles constituaient un autre obstacle. Les salons professionnels n'ont pas permis de connaître le succès recherché, en raison d'obstacles linguistiques. De plus, les Allemands ayant le sentiment qu'un produit doit être fabriqué en Allemagne pour qu'il ait une valeur quelconque, les ventes sont difficiles à développer.

La charge financière qu'il faut supporter pour pénétrer le marché de l'Europe de l'Ouest et y rester a également eu un impact sur Novatec.

Facteur de réussite clé

- La qualité élevée du service de Novatec a été la raison la plus importante du succès de l'entreprise.

Quelques conseils

Faites équipe avec un associé ou avec un distributeur pour faciliter votre entrée sur le marché.

6^e ÉTUDE DE CAS

La compagnie

Stanley Environmental Sciences Inc.
Division de Stanley Technology Group Inc.
Stanley Technology Centre □ 10160 112 Rue,
Edmonton (Alberta) T5K 2L6
Téléphone : (403) 423-4777
Télécopieur : (403) 424-8988

Fondé en 1954, le Stanley Technology Group comprend 15 sociétés d'exploitation offrant une variété de services professionnels de conseils à une clientèle interne et internationale comprenant des industries, des entreprises commerciales, des gouvernements et des institutions. Stanley Environmental Sciences Inc. (SESI), qui constitue l'une de ces 15 compagnies, a été formée en 1988 pour commercialiser et installer des systèmes avancés de traitement des eaux usées.

- Ventes : 4 à 5 millions de dollars
- Employés : 40, soutenus par les 1 200 employés du Stanley Technology Group

Les produits

Le produit de Stanley est une technologie d'extraction de substances nutritives biologiques conçue pour fonctionner dans les eaux usées faibles et à basse température qui sont communes au Canada, aux États-Unis et à l'Europe. La composante clé de cette technologie a été la mise au point du système particulier de fermentation de boues d'égout primaires (FBEP). Le système extrait les éléments nutritifs de façon plus efficace que la technologie chimique traditionnelle, sans produire la moindre boue chimique. Le système est conçu pour être «ajouté» aux stations existantes de traitement des eaux usées, ou pour être intégré dans la conception de nouvelles stations.

Histoire de la réussite

Stanley avait entendu parler d'un symposium international sur les technologies de traitement des

eaux usées, qui devait se tenir à Copenhague. La compagnie décida rapidement de préparer un exposé sur sa technologie pour le symposium, dans l'espoir d'attirer des clients.

Pour couvrir une partie des coûts de la participation au symposium, Stanley avait reçu une subvention PDME de 25 000 \$.

Quelques mois après le symposium, Stanley recevait un mandat de la municipalité de Frederiksværk (Danemark) pour la conception d'une nouvelle station de traitement biologique faisant appel au système FBEP.

Comme le client désirait utiliser le procédé de Stanley, la compagnie eut le loisir de sélectionner un partenaire local. Stanley procéda donc à un examen attentif de sociétés d'ingénierie locales pour établir quel serait le meilleur associé. La société danoise Carl Bro Inc. a donc été choisie comme associé de cette opération au Danemark.

Le succès des opérations entreprises avec Carl Bro a permis à Stanley d'envisager un développement futur de ses affaires dans divers pays de l'Europe de l'Ouest.

Grâce à sa réussite au Danemark, Stanley a pu attaquer les marchés de l'Allemagne, du Royaume-Uni et de la Suède. Des associés ont été trouvés pour les marchés de la Suède et du Royaume-Uni, et des projets pilotes ont été établis en Suède pour montrer aux clients potentiels l'efficacité du produit.

Le chiffre d'affaires réalisé sur le marché de l'Europe de l'Ouest en 1990 s'élevait à 100 000 \$. Il est prévu que les ventes augmenteront à mesure que Stanley s'implantera plus solidement dans d'autres pays de l'Europe de l'Ouest.

Les obstacles

L'obstacle principal à surmonter était psychologique : les gens de Stanley pensaient que les Européens avaient probablement déjà élaboré une technologie comparable à celle de Stanley, et que ce serait par conséquent une perte de temps et d'argent que d'aller participer au symposium.

En raison des normes qui sont encore appliquées au traitement des effluents, le coût d'exploitation des procédés chimiques reste inférieur à celui du procédé biologique de Stanley. Cependant, à mesure que les normes appliquées à l'extraction des substances nutritives deviennent plus sévères, le procédé de Stanley est plus économique et plus acceptable pour l'environnement.

L'autre obstacle était le fait que les Allemands estiment que si un produit n'a pas été conçu ou fabriqué en Allemagne, il ne mérite pas qu'on s'y intéresse.

Facteurs de réussite clés

- Le fait de disposer d'un produit unique et de haute qualité a été un facteur clé de la réussite de Stanley.
- En faisant équipe avec des associés locaux de qualité, Stanley a pu éviter un grand

nombre d'obstacles que la compagnie aurait dû affronter si elle avait essayé de pénétrer le marché toute seule. L'entretien de cette relation est également de la plus grande importance car le produit de Stanley n'est que l'un des innombrables produits que Carl Bro Inc. a à sa disposition.

- En réagissant très rapidement à la nouvelle du symposium qui devait se tenir, Stanley a pu pénétrer relativement facilement le marché de l'Europe de l'Ouest.
- Enfin, le fait d'avoir l'expérience d'autres marchés d'exportation a été particulièrement utile pour aborder d'autres marchés de l'Europe de l'Ouest.

Quelques conseils

Comme les Européens de l'Ouest préfèrent traiter avec leurs compatriotes, la recherche d'un bon associé local facilite la réussite sur le marché.

Conseils des délégués commerciaux

Il a été demandé aux délégués commerciaux en poste dans trois pays de l'Europe de l'Ouest (Allemagne, France et Royaume-Uni) de donner leur avis sur les facteurs qui distinguaient les entreprises canadiennes qui avaient réussi sur le marché de la PE de celles qui avaient échoué.

Les facteurs les plus importants étaient les suivants :

- le fait d'avoir un avantage particulier, de préférence technologique, qui distingue la compagnie canadienne de ses concurrents sophistiqués européens;
- le fait de se faire bien connaître des individus qui se trouvent sur le marché européen de la PE; les acheteurs européens de l'Ouest, de produits et de services de PE se parlent beaucoup entre eux, et il est important de faire connaître votre nom dans ces milieux;
- l'établissement d'une présence locale forte, de préférence sous la forme d'un bureau local dédié, ou par l'intermédiaire d'un associé, d'un distributeur ou d'un représentant, selon les cas;
- la ténacité et l'application de ressources suffisantes pour parvenir au résultat souhaité.

Conclusions

Pour les fabricants de produits de PE, l'exportation directe est probablement la méthode la plus réalisable pour les produits à valeur élevée dont les coûts de transport sont bas, tels que les instruments, les filtres spécialisés, etc. Certaines firmes canadiennes ont déjà pénétré le marché de la CE dans les domaines du traitement spécialisé des eaux usées et des équipements de contrôle. L'octroi de licences ou les entreprises conjointes sont probablement préférables dans les cas où les coûts de transport, les droits de douane et d'autres obstacles au commerce gênent les exportations directes, ou dans les cas où la compagnie canadienne ne peut tout simplement pas supporter les frais d'une méthode plus directe. Dans certains secteurs, les règles des marchés publics exigent un contenu élevé en provenance de la CE pour éviter de favoriser les fournisseurs de la CE.

Pour les compagnies de service en PE, il semble qu'une présence directe sur les marchés cibles nationaux soit nécessaire pour connaître le succès. Il existe pour cela plusieurs méthodes : acquisition d'une firme européenne, entreprise conjointe, ou ouverture d'un bureau européen par la compagnie canadienne. L'acquisition d'une entreprise et l'ouverture d'un bureau sont toutes les deux des méthodes coûteuses, mais elles permettent d'atteindre rapidement le but recherché. Les entreprises conjointes constituent une démarche plus prudente et les antécédents semblent indiquer que, si une firme canadienne recherche un associé européen, elle a intérêt à présenter à la table de négociation quelque chose de spécifique, qui doit être de préférence un avantage technologique protégé par des brevets ou par d'autres méthodes. Divers programmes fédéraux et provinciaux (salons professionnels, PDME, missions d'étude préalable, etc.) sont à la disposition des compagnies canadiennes pour les aider à trouver des associés européens convenables.

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20069624 6



60984 81800



External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada