



Réussites canadiennes de commerce international 11-06
Park Tak International Corporation

Des saveurs canadiennes à Hong Kong

Coordonnées de l'entreprise

Park Tak International Corporation

Albert Ng, président

Markham, Ontario

Tel.: (905) 477-8926

Courriel: parktak@parktak.com

www.parktak.com

Principale citation

Selon Albert Ng, il est plus important que jamais de cibler les marchés étrangers. Et il n'hésite pas à transmettre le message aux autres. Reconnu pour être un ardent défenseur de ses collègues entrepreneurs, Albert dit qu'il reçoit beaucoup de demandes de renseignements des exportateurs canadiens qui veulent de l'aide pour exporter leurs produits en Asie. « Nous ne sommes pas des concurrents au Canada, conclut-il. Nous travaillons tous ensemble. »

Histoire détaillée

M. Albert Ng a débuté dans l'industrie de l'alimentation comme acheteur pour un important distributeur d'aliments de Hong Kong. Mais ses contacts réguliers avec des fournisseurs canadiens l'ont amené à songer à ouvrir sa propre entreprise. En 1995, M. Ng s'installait à Markham, en Ontario, où il fondait Park Tak International Corporation, un exportateur de produits alimentaires canadiens.

Aujourd'hui, Park Tak représente plus de 30 entreprises canadiennes sur le marché asiatique. L'entreprise offre aussi des produits en Afrique, en Amérique centrale, en Europe et en Amérique du Nord et du Sud. Toutefois, en tant que président de l'entreprise, M. Ng a choisi de se concentrer surtout sur le marché asiatique. En raison en partie de la densité de la population en Asie, d'expliquer l'entrepreneur, mais aussi parce qu'il a une excellente connaissance du marché. « Les gens en Asie voulaient des aliments canadiens.... Mais les

Pour plus d'information sur cette réussite canadienne, communiquez avec le Service des relations avec les médias (Commerce)

Tél. : (613) 996-2000

Télec. : (613) 996-9276

www.international.gc.ca

fabricants n'avaient pas d'expérience de l'Asie. Ils fixaient les prix à des niveaux trop élevés et l'emballage et les ingrédients ne convenaient pas au marché asiatique », dit-il.

M. Ng a donc établi une gamme de produits dont le prix était compétitif et qui répondaient aux besoins des habitants de son pays. Les produits santé et autres de Park Tak ont été accueillis à bras ouverts. Grâce à son travail à Hong Kong, M. Ng avait déjà de nombreux contacts avec des entreprises asiatiques. « Elles me comprennent parfaitement et m'ont accordé leur soutien. Park Tak a très bien réussi sa rentrée en Asie », ajoute-t-il. Dès sa première année en affaires, Park Tak a rapporté plus de 5 millions de dollars canadiens.

M. Ng s'est appuyé sur l'expertise acquise au cours des 10 années où il a travaillé dans le marché alimentaire asiatique pour créer une entreprise très prospère. Cependant, ces dernières années, il s'est aussi tourné vers Affaires étrangères et Commerce international Canada et son Service des délégués commerciaux pour des conseils. En 2004, il a rencontré plusieurs délégués commerciaux pour obtenir leur avis sur le marché. Cette connaissance de l'importation et de l'exportation au Canada, conjuguée avec sa propre connaissance du marché asiatique, l'a aidé à s'étendre sur le marché international. Aujourd'hui, Park Tak tire 95 % de ses revenus des ventes à l'étranger.

Selon Albert Ng, il est plus important que jamais de cibler les marchés étrangers. Et il n'hésite pas à transmettre le message aux autres. Reconnu pour être un ardent défenseur de ses collègues entrepreneurs, Albert dit qu'il reçoit beaucoup de demandes de renseignements des exportateurs canadiens qui veulent de l'aide pour exporter leurs produits en Asie. « Nous ne sommes pas des concurrents au Canada, conclut-il. Nous travaillons tous ensemble. »