



Même au prix d'environ 2 \$ la pièce, les nombreux produits exportés par la Coghlan's Ltd., depuis les trousses de secours pour morsures de serpent jusqu'aux combinaisons de survie, rapportent gros à cette compagnie de Winnipeg.

Tout campeur campant en camping sauvage campe à la canadienne

Si vous faites du camping sauvage n'importe où dans le monde, que ce soit dans les Rocheuses ou la savane africaine, il y a de fortes chances que votre sac à dos contient un produit vendu par une société de Winnipeg.

La Coghlan's Ltd. s'est acquise une réputation internationale en vendant des accessoires de camping, dont le prix de vente moyen est d'environ 2 \$.

Le prix modique de ses accessoires, qui vont de la trousse de secours pour morsures de serpent à la petite scie pliante, n'a pas empêché la société de réaliser des ventes annuelles impressionnantes de plus de 6 millions de dollars, avec seulement une douzaine d'employés à plein temps. Et le gros de ces ventes est effectué à l'étranger.

Il y a vingt-cinq ans, Coghlan's Ltd.

arrivait sur le marché avec seulement trois produits, un briquet pour réchaud de camping, un briquet pour lanterne et un grille-pain pliant pour réchaud. La société offre maintenant plus de 150 accessoires de camping, mais les 3 produits qui l'ont lancée figurent encore à son catalogue.

Le président de la société, M. Norm Coghlan, précise que son entreprise réalise 63 % de ses ventes aux États-Unis, 30 % au Canada et le reste dans des pays comme le R.-U., l'Allemagne, la Hollande, le Japon, l'Afrique du Sud, la Nouvelle-Zélande et Israël.

Il ajoute que le grille-pain pliant n'a jamais perdu de sa popularité et qu'il en a vendu plus de 3 millions à travers le monde depuis 1959.

Pleins feux sur l'Algérie

Une série de colloques aura lieu au printemps pour aider les exportateurs canadiens à vendre davantage sur le marché algérien.

Prévus pour le début d'avril à Montréal, Toronto et Calgary, les colloques et ateliers porteront sur les thèmes suivants :

- le marché éventuel de biens d'équipement et de services canadiens en Algérie au cours des cinq prochaines années;
- le monde des affaires en Algérie (avec des exposés par des exportateurs canadiens chevronnés);
- les services offerts par les ministères des Affaires extérieures, de l'Expansion industrielle régionale (MEIR) et les provinces.

L'Algérie est le treizième partenaire commercial du Canada, achetant près de 28 % des exportations canadiennes à destination d'Afrique. D'ailleurs, la valeur de nos exportations vers l'Algérie a connu une croissance spectaculaire ces dernières années, passant de 3 millions de dollars en 1970 à 449 millions en 1983.

Nos délégués commerciaux ont relevé plusieurs débouchés intéressants pour les exportateurs canadiens dans le nouveau plan quinquennal de l'Algérie, entre autres dans les secteurs de l'agriculture, de l'hydraulique, des télécommunications, du transport et de l'énergie, ainsi que des secteurs sociaux comme le logement, l'éducation et la santé.

Pour de plus amples renseignements sur ces colloques, organisés conjointement par la S.E.E., le ministère des Affaires extérieures, le MEIR, le gouvernement algérien et la Banque algérienne de développement, communiquer avec le bureau du MEIR de votre région.

Vendre clés en main ouvre bien des portes en Extrême-Orient

Une société de Windsor (Ont.) vient de vendre à une entreprise pharmaceutique chinoise une usine clé en main pour la fabrication de capsules de gélatine.

La Capsule Technology International Ltd., qui vend elle-même ses capsules de gélatine rigide partout dans le monde, prévoit lancer la production d'ici la fin de l'année dans l'usine de 3,7 millions de dollars commandée par la société pharmaceutique de Guangzhou.

Selon le vice-président aux installations clés en main pour Capsule Technology, M. Gary Dube, les négociations vont bon train avec quatre autres groupes en Chine et des ententes devraient être conclues prochainement. Il ajoute que le marché chinois est l'un des plus intéressants au monde, avec quatre fois plus de consommateurs qu'aux États-Unis et quarante fois plus qu'au Canada.

Capsule Technology a déjà lancé des usines semblables en Indonésie et à Singapour et trois autres sont en construction en Colombie, en Jordanie et en Bulgarie.

M. Dube précise que sa société est en négociation avec des clients éventuels dans tous les coins du monde et que les perspectives sont des plus souriantes. L'usine

clés en main permet en effet aux pays clients de devenir autosuffisants pour un produit qui jusqu'à maintenant était toujours difficile à obtenir.

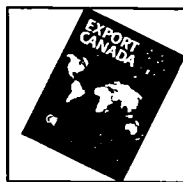
Actuellement le marché mondial des capsules de gélatine rigide appartient à seulement trois entreprises ayant des installations de production dans cinq pays.

Guide d'études sur les exportations

La Fondation canadienne d'éducation économique, en collaboration avec le ministère des Affaires extérieures, vient de lancer un guide d'études sur les exportations canadiennes et leur rôle dans l'économie du pays.

Intitulé *les Exportations canadiennes* (la version française paraîtra sous peu), ce guide de 66 pages, qui est destiné au niveau secondaire et aux cours d'introduction à l'économie, sera distribué dans les écoles secondaires, dans les commissions scolaires et à des représentants choisis du secteur privé.

Accompagné de lectures connexes, le



guide présente une introduction au commerce extérieur, une analyse de nos aptitudes à l'exportation et un exposé des principaux problèmes d'exportation auxquels le Canada doit faire face.

Selon l'auteur et directeur de la Fondation, M. Gary Rabbior, le guide vise à sensibiliser les jeunes à l'importance des exportations pour le Canada, qui doit actuellement relever le défi de la concurrence dans l'économie mondiale s'il ne veut pas se retrouver avec de graves problèmes.

Pour de plus amples renseignements sur ce guide, qui a été revu par des éducateurs, des industriels et des spécialistes en exportation des secteurs privé et public avant son lancement, communiquer avec le centre Info-Export du ministère des Affaires extérieures.