

Salon de la quincaillerie : ouverture sur les Antilles

San Juan — Les entreprises de produits du bâtiment et de la construction ou des énergies de rechange qui cherchent à étendre leur marché dans les Antilles, seront dans la capitale du Porto Rico du 1^{er} au 3 février 1991.

C'est là que se tiendra le **Salon de la quincaillerie et des objets domestiques des Antilles** au colisée Roberto Clemente.

Il reste encore quelques places au pavillon réservé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) qui a mis sur pied des stands couronnés de succès à quatre reprises par le passé.

Les exposants canadiens qui ont participé à cet événement par le passé se sont toujours déclarés satisfaits par la foire, vu les 12 000 à 15 000 visiteurs commerciaux qui la fréquentent, mais aussi parce que c'est une excellente occasion de faire des connaissances d'affaires, de nommer des agents ou des distributeurs, et de rencontrer grossistes, entrepreneurs et utilisateurs.

Les participants à cette foire devraient vraisemblablement voir leurs produits en grande demande puisque la région des Antilles — une région dont les 43 millions d'habitants peuvent constituer un marché lucratif éventuel — connaît actuellement une vague de construction et de restauration d'hôtels, de gratte-ciel à bureaux et de magasins.

Pour tout renseignement sur le salon, communiquer avec M^{me} E. Kelso, Foires et missions (LCTF), Direction de l'expansion du commerce dans les Antilles et l'Amérique centrale, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5359. Télécopieur : (613) 996-0677.

Le franchisage offre des débouchés à Singapour

Des possibilités s'offrent aux entreprises qui désirent franchiser leurs activités dans la région lucrative et en pleine croissance de l'Asie et du Pacifique.

C'est l'une des conclusions contenues dans *Assessing Franchise Opportunities in Singapore*, une des études de marché publiées par les missions du Canada dans le monde entier.

Grâce à la croissance des services, Singapour est devenu un centre de services concurrentiels et stratégiques à l'échelle internationale. Le rapport indique aussi que le gouvernement à Singapour favorise l'établissement de services techniques, créatifs et dans les domaines des loisirs et de la détente.

Bien que l'étude de marché indique qu'en 1989, les franchises au détail ne comptaient que pour 1 % du total des ventes au détail à Singapour (comparativement à 35 % aux États-Unis et 15 à 25 % en Europe), elle prévoit qu'avec une croissance économique vigoureuse continue, alliée à une population croissante et riche, ainsi qu'à l'augmentation des dépenses locales à la consommation, les possibilités de franchisage sur le marché de Singapour augmenteront.

Ce pronostic est de bon augure pour les franchiseurs canadiens éventuels, surtout ceux engagés dans les deux catégories de franchisage que l'étude décrit comme étant relativement inexploitées, soit :

- Les franchises à la consommation (restauration rapide, restaurants, hôtels, magasins de vêtements au détail) qui vendent des produits ou des services directement au public.

- Les franchises (gestion d'hôtel, services des postes, copie et impression, distribution d'ordinateurs et de logiciels et formation) qui répondent aux besoins d'autres entreprises qui ne sont pas en mesure d'offrir, elles-mêmes, ces services.

A l'heure actuelle, il n'existe aucune relation entre les franchises et les banques à Singapour. Le financement de ces entreprises doit souvent être sous forme de capitaux propres.

De plus, comme l'indique le rapport, "les Canadiens devraient se rendre compte de l'ethnocentrisme dans la manière dont ils font des affaires. Singapour et la Malaisie, en tant qu'anciennes colonies britanniques, font des affaires d'une façon pseudo-britannique fondée sur l'esprit de camaraderie. En consultant des banques de commerce ou des experts-conseils locaux, cela peut éliminer de nombreux obstacles."

À l'instar de tous les rapports sectoriels produits par le haut-commissariat du Canada à Singapour, l'étude comprend une liste des personnes-ressources clés au gouvernement et dans l'industrie. Consultez les annexes pour élaborer votre stratégie de commercialisation en fonction des objectifs visés.

Pour obtenir un exemplaire du rapport, communiquer avec Info-Export. Télécopieur : (613) 996-9709.

Bureau chinois à Toronto

(Suite de la page 4.)

secteurs de l'énergie, des transports et des télécommunications.

La CNTIC est le principal outil d'approvisionnement à l'étranger du gouvernement chinois pour importer de la technologie et du matériel et négocier d'importants contrats internationaux.

Au cours des cinq dernières années, la CNTIC a négocié des contrats d'une valeur supérieure à plus de 500 millions de dollars avec des entreprises canadiennes, dont Northern Telecom Ltd., GE Canada Inc. et ABB Lummus Canada.

Pour renseignements, joindre la China National Technical Import Corporation (CNTIC), 2 Pardee Ave., Suite 102, Toronto (Ont.), M6K 3H5. Tél. : (416) 516-0923. Télécopieur: (416) 516-0529.

Mise à jour

Voici les nouveaux numéros de téléphone et de télécopieur de l'ambassade du Canada à Budapest, en Hongrie : tél. : (011-36-1) 176-7686/176-7712; télécopieur : (011-36-1) 176-7689.

Le numéro de télécopieur du haut-commissariat du Canada à la Nouvelle

Delhi, en Inde, est le (011-91-11) 687-6579.

A compter du 1^{er} janvier 1991, le numéro de téléphone de l'ambassade du Canada à Tokyo, Japon, sera le (011-81-3) 3408-2101. Les numéros de télécopieur seront les suivants: (011-81-3) 3470-7280/3470-5320.