

Foire de produits pour les gens âgés ou handicapés

OSAKA, JAPON — du 21 au 23 avril 2005 — Les exportateurs canadiens de produits de soins de santé sont invités à participer à **Barrier Free 2005**, foire commerciale internationale au cours de laquelle seront présentés des produits et services destinés aux personnes âgées ou handicapées. Plus de 350 exposants du Japon et d'autres pays et plus de 100 000 visiteurs devraient participer à cette foire commerciale annuelle.

Figureront parmi les produits présentés : aides à la mobilité; véhicules automobiles pour personnes handicapées; mains courantes; lève-personnes; matériel

d'hygiène; couches-culottes; aides pour se laver; aides pour se baigner; aides pour la cuisine; aides à l'audition; chaises et bureaux; lits; matériel de réadaptation et d'apprentissage; aides pour faire de l'exercice et du sport; du matériel de réaménagement domiciliaire.

Le Canada y aura son pavillon, et le consulat général du Canada à Osaka souhaite partager cet espace avec des exportateurs remplissant les critères de sélection. La date limite pour réserver un emplacement est le 31 décembre 2004, après quoi l'espace sera alloué suivant le principe du premier arrivé, premier servi.

Président mexicain — suite de la page 1

L'économie chinoise a crû à un rythme de près de 8,5 % par année au cours de la dernière décennie, et son PIB la classe maintenant septième au monde. Depuis son accession à l'OMC, en décembre 2001, la Chine a ouvert ses marchés davantage et approfondi ses réformes économiques. En accroissant de 40 % ses importations en 2003 par rapport à l'année précédente, la Chine est passée de la sixième à la troisième destination des exportations mondiales.

La Chine possède une infrastructure industrielle de plus en plus puissante qui favorise une plus grande intégration avec les économies de l'Asie de l'Est et du Sud-Est. Tous ces éléments font de la Chine un marché très attrayant pour les entreprises canadiennes. En fait, la Chine est en importance le deuxième partenaire du Canada pour ce qui est du commerce des marchandises, derrière les États-Unis. Au cours des neuf premiers mois de 2004, les exportations canadiennes à destination de la Chine ont augmenté de près de 45 % par rapport à la même période l'an dernier.

Les intéressés ont jusqu'au 6 janvier 2005 pour s'inscrire à la mission commerciale. **Renseignements :** www.tcm-mec.gc.ca/china2005. ★



Pour de plus amples renseignements, communiquez avec le consulat général du Canada à Osaka, tél. : (011-81-6) 6212-4910, téléc. : (011-81-6) 6212-4914, courriel : osaka-td@international.gc.ca, ou consultez le site Web suivant : www.itp.gr.jp/bf. ★

Alimentation : un accès à l'Asie

HONG KONG — du 10 au 13 mai 2005 — Le consulat général du Canada à Hong Kong et Agriculture et Agroalimentaire Canada organisent un pavillon du Canada à **HOFEX 2005**, grande foire internationale asiatique consacrée au secteur de l'alimentation et des boissons, ainsi qu'à celui du matériel, des fournitures et des technologies destinés à l'industrie de l'accueil.

HOFEX attire des acheteurs de Chine, de Hong Kong, de Corée, de Taïwan, des Philippines et de Macao. Le pavillon du Canada permettra aux entreprises canadiennes des aliments et des produits de la pêche de se mettre en contact avec d'éventuels acheteurs de Hong Kong et de la Chine.

Les consommateurs de Hong Kong prêtent de plus en plus attention à leur santé et à la salubrité des aliments. Comme le Canada a la réputation de produire des aliments sains, sûrs et naturels, il est un fournisseur particulièrement attrayant à cet égard. Hong Kong, qui n'impose pas de droits de douane ni de restrictions à l'importation sur la plupart des produits alimentaires, est donc un marché idéal pour le lancement en Asie de nouveaux produits alimentaires et produits de la pêche.

Grâce à l'exemption des droits à l'importation prévue dans le cadre du Closer Economic Partnership Agreement (CEPA), Hong Kong est non seulement une vitrine où on peut faire connaître des marchandises aux consommateurs chinois, mais elle est aussi en train de devenir un centre de production orienté vers le marché chinois.

Renseignements : www.ats.agr.gc.ca/hofex ou www.hofex.com. ★

Habitation en France : belle visibilité pour le Canada

Récemment s'est tenu à Angers, en France, le **Salon MAISON BOIS** exclusivement consacré à l'habitation en bois. Cette année, le salon a attiré plus de 48 000 visiteurs et 207 exposants, affluence considérable qui confirme sa notoriété grandissante et qui en fait une manifestation commerciale incontournable.

Le Canada y a dépêché une délégation de 21 entreprises et de 4 organismes publics, soit la plus importante délégation

étrangère. Y participaient tant des petites entreprises que de grandes multinationales représentant toutes les facettes de l'habitation, de l'abri de jardin à la maison cosue.

Des résultats

Les exposants canadiens ont joui d'une très belle visibilité au sein du pavillon du Canada mis sur pied avec l'appui de Produits de bois canadien, du Bureau de promotion des produits forestiers du

Québec, de la Société d'habitation du Québec (SHQ) et de BC Wood.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement, de concert avec la SHQ, a quant à elle organisé de solides activités de réseautage. À cet égard, les exposants canadiens se sont montrés très satisfaits des nombreuses relations qu'ils se sont faites, certains ayant noué des liens avec plus de 60 contacts sérieux.

Compte tenu de ces résultats très prometteurs, le Salon Maison Bois sera sans aucun doute une manifestation commerciale à surveiller l'année prochaine.

Pour de plus amples renseignements, consultez le site du salon (www.salon-maison-bois.com). ★

Débouchés pour les entreprises de service

Plus que jamais, les entreprises canadiennes s'aperçoivent que leurs services sont convoités dans le monde entier. Pour soutenir la concurrence, ces entreprises doivent savoir tirer parti de la foule de débouchés offerts sur les marchés étrangers.

Dans le monde entier, les gouvernements et les entreprises font face à une myriade de défis : elles ont des ressources limitées ou doivent confier en sous-traitance des fonctions spécialisées, doivent parfaire leurs compétences et rester concurrentielles. Les entreprises de service canadiennes, qui forment un secteur très dynamique, sont en mesure d'offrir sur les marchés étrangers la solution à ces défis.

Il n'est pas aussi difficile qu'on le pense de se renseigner sur les débouchés internationaux. En suivant les tendances des secteurs qui se rapportent à sa spécialité, une entreprise de service aura souvent une idée de l'évolution d'un marché donné. Si elle se tient au courant des nouveaux projets et des annonces des gouvernements ou des modifications apportées à la réglementation d'un marché cible, elle pourra dénicher des occasions d'offrir des services spécialisés. En prenant contact avec une société qui a décroché un gros contrat et en se renseignant sur les possibilités de sous-traitance, elle pourra exploiter des occasions d'affaires à l'étranger.

On peut trouver des débouchés d'exportation sur Internet et en consultant les services de nouvelles en ligne. Les entreprises canadiennes ont en outre l'avantage

de pouvoir profiter d'e-Leads, système électronique de repérage des débouchés du Centre des occasions d'affaires internationales. En s'abonnant à ce service, les entreprises qui cherchent à exporter reçoivent l'information sur les débouchés dans leurs propres ordinateurs. Conjugué à SourceCAN, portail des affaires et marché électronique national du Canada (www.sourcecan.com), e-Leads offre aux entreprises canadiennes une voie d'accès aux débouchés internationaux.

Les entreprises qui cherchent des renseignements commerciaux à jour et pouvant mener à des démarches concrètes peuvent consulter les études de marché et les rapports de Commerce international Canada (consulter www.infoexport.gc.ca). Ceux-ci, portent sur divers secteurs industriels et divers marchés dans le monde; ils renferment des renseignements utiles sur les tendances des marchés, le potentiel de croissance et des contacts clés au Canada et à l'étranger.

Si les entreprises canadiennes ne suivent pas toutes le même chemin pour exporter leurs services, elles commencent au même endroit — au pays, où elles se préparent en vue de l'exportation. Quels que soient leur taille ou le service qu'elles offrent, les entreprises de service qui cherchent à exporter s'aperçoivent que la majeure partie de la préparation se fait au Canada. Et elles ne sont pas seules pour franchir cette étape. Équipe commerciale

Canada Industries de services (ECCIS) — qui fait partie du réseau d'Équipe Canada inc — les aide dans la recherche de débouchés d'exportation.

ECCIS collabore directement avec l'industrie pour organiser des projets conjoints de développement du commerce international, élabore des produits d'information à l'intention des entreprises de service, favorise des partenariats pour cibler des débouchés internationaux, repère les projets financés par les institutions financières internationales telles que la Banque mondiale et recherche des débouchés sur le marché des projets d'infrastructure publics et privés. Toutes les entreprises qui explorent des débouchés touchant des projets d'immobilisations, d'infrastructure, de consultation ou autres sont susceptibles de tirer parti de l'assistance d'ECCIS.

Alors, adoptez une approche mondiale et exportez vos services. Joignez les rangs d'autres entreprises de service canadiennes qui profitent des avantages que leur procurent des ventes et des profits en hausse, des marchés diversifiés, de nouvelles méthodes commerciales et une position concurrentielle sur les marchés mondiaux.

Pour en savoir plus, consultez le site www.e-leads.ca et l'outil *Une approche mondiale : exportez vos services* (exportsource.ca/services_f). Vous pouvez aussi joindre sans frais le Service d'information sur l'exportation d'Équipe Canada inc (1 888 811-1119). ★