

Le vin canadien — suite de la page 1

Suède

Avec le concours d'un importateur local de vin, deux agents basés en Europe ont présenté dix établissements vinicoles canadiens à un auditoire sélectionné, à l'ambassade du Canada à Stockholm. Ces établissements étaient Henry of Pelham, Vineland, Creekside Estate Winery, Gray Monk Estate Winery, Peller Estates, Hillebrand Estates Winery, Andres Wines, Colio Estate et Rodrigues Wines. À cette occasion, le cidre de glace La Face Cachée de la Pomme a aussi été mis en vedette.

Le groupe d'invités était composé de représentants de restaurants et de chaînes hôtelières haut de gamme, de distributeurs de vins, de dégustateurs renommés et de journalistes spécialisés. La présentation a été très bien accueillie et les invités ont été très impressionnés par la qualité des vins proposés. La dégustation a mené à des discussions approfondies concernant la distribution et à la diffusion d'articles dans la principale revue d'intérêt général traitant du vin. Mission Hill Winery, établissement vinicole de la Colombie-Britannique, a réussi, avec le concours de son agent local, à faire inscrire ses vins sur les listes de produits de l'entreprise qui a le monopole de la vente d'alcool au détail en Suède. À compter du 1^{er} juin 2003, les Suédois pourront acheter deux des meilleurs crus de Mission Hill. En outre, pour la première fois, l'entreprise monopolistique a lancé un appel d'offres pour des vins canadiens; les vins retenus seront en vente à compter de septembre 2003.

Soucieux de tirer parti du succès de cette dégustation et de l'intérêt que cette dernière a suscité, le personnel de l'ambassade a tenu en mars un stand d'information à la foire commerciale Vinordic, principal salon du vin, des spiritueux, de la bière et du cidre des pays de l'Europe du Nord.

Finlande

Le personnel de l'ambassade du Canada à Helsinki a également organisé une activité pour faire connaître les vins canadiens sur le marché finlandais. Cette activité a attiré une trentaine d'importateurs de vin ainsi que des journalistes. Les invités ont été

favorablement surpris par la qualité et la variété des vins canadiens. Les entreprises suivantes y ont proposé leurs produits : Henry of Pelham, Vineland, Blossom Winery et La Face Cachée de la Pomme.

Katja Angervo de chez Alko Inc., l'entreprise qui a le monopole de la vente d'alcool au détail en Finlande, est un contact essentiel dans ce pays. Bien que M^{me} Angervo n'ait pas pu être présente à l'activité organisée par l'ambassade, l'occasion lui a été donnée, à elle et à deux de ses collègues, de déguster les vins canadiens par la suite.

EUROPE

Alko cherche périodiquement à enrichir sa gamme de produits. Selon M^{me} Angervo, quatre établissements vinicoles canadiens ont récemment offert leurs produits à Alko. Inniskillin a réussi à intéresser l'entreprise à son vin de glace de la cuvée 2001, vieilli en fût de chêne; celui-ci est maintenant vendu dans les 300 magasins d'Alko. Alko essaie régulièrement de nouveaux vins de diverses régions du monde et M^{me} Angervo suggère aux représentants de ce secteur de consulter le site internet (www.alko.fi) où l'entreprise affiche chaque mois ses appels d'offres.

Norvège

En Norvège, la présentation des vins canadiens a été présidée par l'ambassadeur du Canada, Shirley Wolff Serafini. Une trentaine d'invités y ont participé, dont un représentant

local en vin et un dégustateur norvégien. La présentation faite en Norvège, en collaboration avec les deux agents européens, a été un succès, surtout si l'on considère qu'il s'agit de la toute première dégustation de vins canadiens dans ce pays. Les entreprises suivantes y ont proposé leurs produits : Henry of Pelham, Vineland, Creekside Estate Winery, Konzelmann Estate Winery, Royal DeMaria, Legend Wines, Inniskillin, Pelée Island et La Face Cachée de la Pomme.

À compter de mars 2003, Vinmonopolet, l'entreprise qui a le monopole de la vente d'alcool au détail en Norvège, offrira les vins canadiens suivants : le vin de glace Vidal cuvée 2000 et le vin de glace Gewurztraminer cuvée 2000 de Royal DeMaria; le Chardonnay cuvée 2000 et le vin rouge Laura's Blend cuvée 2000 de Creekside; et le Cabernet-Merlot Réserve cuvée 1998 de Konzelmann. C'est la première fois que des vins rouges et des vins blancs canadiens sont en vente en Norvège à l'exception d'un vin de glace d'Inniskillin qui est sur le marché norvégien depuis quelque temps déjà.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Maria Stenberg, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3000, courriel : maria.stenberg@dfait-maeci.gc.ca ou avec M^{me} Nina Pennanen, ambassade du Canada en Finlande, tél. : (011-358-9) 17-11-41, courriel : nina.pennanen@dfait-maeci.gc.ca ou encore avec M^{me} Barbara Thorjussen, ambassade du Canada en Norvège, tél. : (011-47) 2299-5300, courriel : barbara.thorjussen@dfait-maeci.gc.ca ✱

IKK 2003 à Hanovre

Un vent de fraîcheur

HANOVRE, ALLEMAGNE — 8-10 octobre 2003 — **IKK 2003** est l'occasion idéale pour les exportateurs canadiens qui souhaitent présenter dans un cadre international leurs applications dans les domaines de la réfrigération, du conditionnement de l'air et de la ventilation. L'année dernière, l'événement a attiré 23 444 visiteurs (dont 45 % venaient de l'extérieur de l'Allemagne) et 798 entreprises y ont proposé leurs produits et services.

IKK est la plus grande exposition internationale de l'industrie de la réfrigération. Les visiteurs professionnels y trouvent un éventail des plus complets de produits de réfrigération et de conditionnement d'air, depuis les composants de systèmes de réfrigération destinés aux services de construction, au commerce et au transport, en passant par les armoires et les entrepôts frigorifiques, jusqu'aux outils et aux pièces pour voir page 8 — **IKK 2003**

Le Salon de l'automobile 2003 de Tokyo : à vos moteurs!

TOKYO, JAPON — 24 octobre-5 novembre 2003 — Industrie Canada, en collaboration avec l'ambassade du Canada à Tokyo et l'Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada, organise un stand du Canada au **Salon de l'automobile 2003 de Tokyo**.

Principale exposition en Asie d'automobiles et de pièces d'automobile depuis 1973, le Salon de l'automobile de Tokyo rassemble des centaines d'exposants du Japon et d'autres grands pays producteurs d'automobiles, et attire plus de 1 million de visiteurs, incluant des cadres, des techniciens et des acheteurs, des membres de la presse internationale et le grand public. La manifestation offre une excellente occasion aux entreprises canadiennes de faire valoir leurs compétences auprès d'un public

du monde entier, de découvrir de nouveaux débouchés et d'évaluer les tendances et technologies nouvelles ainsi que la concurrence dans ce secteur.

Faites partie du stand du Canada

Le stand du Canada vise à faire connaître les pièces, le matériel et les technologies du Canada dans le secteur de l'automobile. Il compte des fournisseurs de premier plan tels que **ABCgroup, Dofasco, JIT Automation, Magna International, Wescast Industries** et le **Woodbridge Group**.

Les entreprises participantes pourront aussi assister aux activités spéciales de réseautage et de promotion se déroulant dans le cadre de l'exposition, notamment la réception officielle de l'ambassade et la



conférence de presse. À chaque année, les emplacements de cette exposition sont toujours tous réservés, mais il reste encore quelques places pour les fabricants canadiens de pièces d'automobile, de machinerie et de produits connexes.

Lors du Salon de l'automobile 2003 de Tokyo,

le gouvernement du Canada a l'intention de lancer une nouvelle campagne mondiale pour faire connaître les produits du secteur canadien de l'automobile. La campagne vise à rehausser le profil international du secteur de l'automobile du Canada, appuyant ainsi les efforts permanents déployés par le gouvernement fédéral pour encourager le commerce, l'investissement et l'innovation dans le secteur.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Brian Sundue, Direction générale de l'aérospatiale et de l'automobile, Industrie Canada, tél. : (613) 946-8183, téléc. : (613) 952-8088, courriel : sundue.brian@ic.gc.ca ✱

Croissance de l'industrie chinoise des produits du bois

La Chine connaît actuellement des changements profonds de son cadre économique, structurel et sociétal, ce qui crée des débouchés pour les fabricants de produits du bois canadiens. Parmi ces changements, mentionnons l'élaboration de codes de construction pour les bâtiments à ossature en bois, la réforme de la politique de logement et l'accession de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Aperçu du marché

Les nouveaux codes d'inspection et de construction des bâtiments à ossature de bois ont déjà été approuvés. Le gouvernement du Canada, de concert avec les entreprises de l'industrie canadienne des produits du bois, a collaboré étroitement avec le ministère de la Construction de la Chine pour que soient apportées des modifications aux codes portant spécifiquement sur les bâtiments à ossature de bois.



Par le passé, les entrepreneurs construisaient des boîtes de béton non finies, mais les entrepreneurs de Beijing et de Shanghai sont maintenant tenus de fournir des habitations parfaitement achevées. L'adoption de ces nouvelles politiques créera des débouchés non seulement pour les fournisseurs canadiens de constructions à ossature de bois, mais également pour les fournisseurs canadiens de produits du bois tels les armoires de cuisine, les fenêtres, les portes, les planchers de bois dur et les revêtements muraux.

De plus, l'accession de la Chine à l'OMC se traduira par une hausse de ses importations et de ses exportations, et renforcera sa position comme important concurrent. La Chine exportant déjà un volume très considérable de produits du bois — principalement des meubles — les exportateurs canadiens pourraient devenir d'importants fournisseurs de bois de ces entreprises.

Concurrence vive

Les exportateurs canadiens de produits du bois sont confrontés à la vive concurrence que leur livrent les entreprises des États-Unis, de la Russie, de la Nouvelle-Zélande, de l'Union européenne et de l'Asie du Sud-Est. En outre, les entreprises canadiennes doivent faire concurrence aux constructeurs qui utilisent l'acier léger et le béton — de loin le matériau le plus employé dans la construction d'habitations.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Hamilton, délégué commercial, ambassade du Canada à Beijing, tél. : (011-86-10) 6532-3536, courriel : david.hamilton@dfait-maeci.gc.ca ou M. Étienne Sum Wah, délégué commercial, consulat général du Canada à Shanghai, tél. : (011-86-21) 6279-8400, courriel : etienne.sum-wah@dfait-maeci.gc.ca ou Éric Pelletier, délégué commercial, Direction de la Chine et de la Mongolie, MAECI, tél. : (613) 996-7177, courriel : eric.pelletier@dfait-maeci.gc.ca ✱

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport. Cliquer sur la rubrique « Pleins feux sur la Chine et Hong Kong ».)