

Une fois, deux fois, trois fois, adjudgé! vendu!

La privatisation va bon train en Turquie

Comme outil fondamental d'une économie de marché, la privatisation est au programme de la Turquie depuis 1984. Jusqu'ici, le gouvernement turc s'est complètement retiré de plusieurs secteurs, dont ceux de la cimenterie, de la production d'aliments pour animaux, des produits laitiers et des produits forestiers, de l'administration des aéroports civils, de la restauration et de la distribution du pétrole, et s'est partiellement retiré des ports et des raffineries de pétrole. Plus de 50 % des parts du gouvernement dans les secteurs du

tourisme, du fer et de l'acier, des textiles, du fret maritime et de la transformation de la viande ont été vendues.

De même, quatre banques publiques ont été privatisées à ce jour. L'appel d'offres national et international lancé en mai 1998 au sujet de la vente de la part de 12,3 % de l'État dans l'Is Bank était le plus important appel d'offres public lancé jusque-là en Turquie et est considéré comme l'un des plus importants sur le plan des produits de la privatisation au sein des marchés européens émergents. Les parts publiques dans Netas (Nortel Turquie) et dans le fabricant automobile turc Tofas ont été vendues à des investisseurs étrangers par le biais d'un appel d'offres public international.

Depuis 1985, les revenus de la privatisation ont totalisé quelque 10 milliards de dollars américains. Au nombre des entreprises publiques importantes figurant dans le

portefeuille de privatisation, mentionnons Black Sea Copper Works, le monopole des produits du tabac et des boissons alcooliques, l'industrie pétrochimique, les Autorités portuaires turques, les usines de pâtes et papiers turques, les Lignes aériennes turques et Télécom Turquie.

Par exemple, Télécom Turquie vendra 5 % de ses actions aux employés et de 45 à 55 % d'entre elles à des personnes morales ou à des particuliers étrangers. Le gouvernement turc prévoit annoncer un appel d'offres pour la privatisation de Télécom Turquie à la fin de 2003.

Pour plus de renseignements sur les dates des appels d'offres et le pourcentage que représentent les parts publiques qui seront vendues dans les divers secteurs, consulter le site www.oib.gov.tr/portfoy/portfolio_general.htm. Pour plus de renseignements sur la privatisation en Turquie, communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Ankara, tél. : (011-90-312) 459-92-00, courriel : ankra-td@dfait-maeci.gc.ca. Pour plus de renseignements concernant la loi sur la privatisation de 1994 en Turquie, consulter le site www.oib.gov.tr/index_eng.htm. *

Le Salon de l'aéronautique de Paris

Malgré les difficultés de l'industrie aérospatiale, les participants au **Salon de l'aéronautique de Paris**, qui s'est tenu en juin 2003, s'accordent pour dire qu'il a été une réussite sur le plan des affaires. En fait, un total de 70 milliards d'ententes y ont été signées, alors que **Bombardier** a reçu jusqu'à présent 2,2 milliards de dollars de commandes fermes pour ses avions régionaux. Une soixantaine de firmes canadiennes, dont de nombreuses PME, ont participé au salon de cette année, pour la plupart regroupées comme exposants au pavillon du Canada organisé par l'**Association des industries aérospatiales du Canada**. Le pavillon du Canada a reçu la visite du ministre du Commerce international, Pierre Pettigrew, du ministre de l'Industrie, Allan Rock, et de

l'ambassadeur du Canada en France, Raymond Chrétien. Plusieurs accords commerciaux et d'investissements ont aussi fait l'objet d'annonces officielles, comme l'acquisition d'**Ebco Aerospace**, de la Colombie-Britannique, par la société belge Asco Industries ou la vente de simulateurs de vol conçus par **CAE**, de Montréal, à la compagnie aérienne des Émirats arabes unis.

Le prochain Salon de l'aéronautique de Paris aura lieu en 2005.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Léopold Battel, conseiller commercial, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33) 44-43-29-00, téléc. : (011-33) 44-43-29-98, courriel : leopold.battel@dfait-maeci.gc.ca. *

Rédactrice en chef : **Leslie Scanlon**
Rédactrice déléguée : **Yen Le**
Rédacteur : **Michael Mancini**
Mise en page : **Mauro Oteiza**
Tirage : **55 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport

CanadExport

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CanadExport.

CanadExport est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des services de communication (BCS).

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquer avec CanadExport au **(613) 992-7114**. Pour la version par courriel, consulter l'adresse Internet de CanadExport ci-dessus.

Pour un changement d'adresse, renvoyer l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à :

CanadExport (BCS)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

DÉLÉGUÉ
COMMERCIAL
VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES
PERSONNALISÉS



Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Le Délégué commercial virtuel

« Grâce à mon Délégué commercial virtuel, j'ai accès à des débouchés de source compétente, des contacts importants, des nouvelles sur les foires commerciales et des études de marché », affirme Bill Joyce. « Il m'informe dès qu'il y a des changements concernant l'accès à un marché ou de nouveaux débouchés pour mon entreprise. Lorsque je me sers de mon Délégué commercial virtuel pour demander un service en ligne, un délégué commercial en chair et en os en poste à l'étranger et qui connaît mes produits et mon marché me répond dans un délai raisonnable et m'envoie l'information dont j'ai besoin. Je trouve ce système très utile. Les délégués commerciaux accomplissent un travail extraordinaire. »

Les délégués

Selon M. Joyce, les délégués commerciaux à l'étranger lui ont fourni de précieux renseignements qui lui ont permis d'économiser temps et argent. Dans un cas par exemple, il a reçu une étude de marché très précise qui lui a épargné des mois de recherche. Dans un autre cas, il a obtenu au bon moment des conseils au sujet d'une politique commerciale dans le pays visé, ce qui lui a permis d'éviter des dépenses inutiles.

Les avantages

Lorsqu'il s'est inscrit pour obtenir un Délégué commercial virtuel, M. Joyce a fourni un profil détaillé de son entreprise que les délégués commerciaux consultent chaque fois qu'il fait appel à leurs services. Pour chacun des marchés qu'il cible à l'étranger, il obtient donc un service amélioré, dans un délai plus court.

Nous aimerions savoir comment votre entreprise se sert de son Délégué commercial virtuel. Nous attendons votre appel, au (613) 944-0123.

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

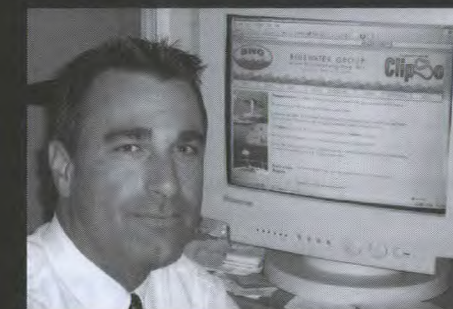
Pourquoi je m'en sers. Pourquoi ce service me plaît.

Des exportateurs canadiens comme Bill Joyce disent que le Délégué commercial virtuel n'est pas seulement pratique, mais qu'il est indispensable!

M. Joyce est propriétaire de **Bluewater Group Inc.**, une entreprise établie à Calgary qui vend des produits marins spéciaux de fabrication canadienne. Peu après que Bluewater ait commencé à exporter ses produits, un consultant a conseillé à M. Joyce de s'inscrire pour obtenir un Délégué commercial virtuel. Il constate aujourd'hui que cet outil commercial en ligne a révolutionné sa façon de concevoir l'exportation.

« Le délégué commercial virtuel est un service essentiel pour les exportateurs canadiens. Il leur fait épargner temps et argent. »

Bill Joyce
Chef de la direction/propriétaire
Bluewater Group Inc.
www.bluewatergroup.biz



Inscrivez-vous maintenant, à l'adresse www.infoexport.gc.ca, pour avoir accès à un Délégué commercial virtuel, et vous comprendrez pourquoi Bill Joyce et des milliers d'autres Canadiens sont déjà inscrits!

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez :

www.infoexport.gc.ca