

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Du pain sur la planche à Paris

Paris — Les visiteurs et les exposants qui seront présents à une manifestation qui se tiendra dans cette ville du 24 au 28 février 1996 feront plus que manger du gâteau.

Ils auront du pain sur la planche à **EUROPAIN '96 (Le salon international de la boulangerie et de la pâtisserie)**.

Quelque 700 exposants européens et internationaux présenteront une gamme complète d'appareils utilisés par l'industrie de la boulangerie et de

la pâtisserie, allant des séchoirs de farine aux diviseuses de pâte aux fours et aux machines de fabrication de pâtisseries. Les matières premières et les ingrédients entrant dans la fabrication de produits de boulangerie et de pâtisserie seront également en évidence.

EUROPAIN '96 se tiendra en même temps que deux salons portant sur des domaines connexes :

INTERSUC (confiserie, chocolats et biscuits) et **INTERGLACES** (crèmes glacées).

Pour plus de détails, communiquer avec Promosalons, le représentant d'**EUROPAIN** au Canada, à Montréal, tél. : 1-800-387-2566 ou (514) 861-5668; fax : (514) 861-7926; à Toronto, tél. : 1-800-565-5443 ou (416) 929-2562; fax : (416) 929-2564.

Une mission commerciale canadienne à destination des Antilles

Trinité-et-Tobago, Guadeloupe et Martinique — Les maisons de commerce canadiennes qui ont des intérêts commerciaux dans cette région ou qui pourraient y vendre des produits, sont invitées à prendre part à une mission commerciale (du 14 au 24 avril 1996) qui aura lieu en même temps que l'**Exposition internationale EXPO '96** qui se tiendra à Port of Spain du 19 au 28 avril.

Les activités de la mission comprennent des projections de diapositives et des rencontres, en privé, avec des gens d'affaires de la Guadeloupe et de la Martinique. Le Canada aura un pavillon à **EXPO '96** où une trentaine d'entreprises canadiennes devraient louer de l'espace. D'autres entreprises pourraient y présenter du matériel et des échantillons.

EXPO '96, une exposition pluri-sectorielle d'une durée de neuf jours, devrait attirer 500 000 visiteurs des marchés de l'Amérique latine et des Antilles. La manifestation est un lieu privilégié pour faire la promotion des produits et des services canadiens dans divers secteurs. Parmi les secteurs tout particulièrement propices, mentionnons l'agroalimentaire, la construction et la quincaillerie, les produits pharmaceutiques, les produits électriques et électroniques, l'environnement, la réalisation de spectacles, le matériel d'emballage,

les composants automobiles, les produits en plastique et les produits d'entretien domestique.

Signalons que les prescriptions du Canada relatives à l'étiquetage bilingue sont d'un précieux secours pour vendre des produits canadiens dans les Indes occidentales françaises, un marché où les maisons de commerce canadiennes ont connu beaucoup de succès.

À **EXPO '96**, la journée du Canada comprendra un colloque sur le commerce et l'investissement ainsi que des exposés par des délégués commerciaux du Canada, le Bureau de coopération commerciale Canada-Antilles, le Bureau de promotion du commerce du Canada et des associations de gens d'affaires locaux, y compris l'Organisation de développement commercial et industriel de Trinité-et-Tobago.

Pour des renseignements sur les coûts et sur d'autres aspects de ces manifestations, communiquer sans tarder avec Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, MAECI, Ottawa, tél. : (613) 943-8807; fax : (613) 943-8806.

Les parties intéressées peuvent également communiquer avec Ramesh Tiwari, agent commercial, haut-commissariat du Canada, Port of Spain, Trinité-et-Tobago, tél. : (809) 623-7524; fax : (809) 624-6440/4016.

Mission de maisons de commerce en Afrique du Sud

Johannesburg, Durban et Le Cap — Entre 15 et 20 maisons de commerce du Canada devraient prendre part à une mission — **du 8 au 16 mars 1996** — qui les mettra en contact direct avec des maisons de commerce de ces villes.

Le programme de la mission comprend des rencontres individuelles préparées au préalable et prévoit du temps pour le suivi.

Durant la période de 12 mois qui a pris fin en septembre 1995, les échanges commerciaux entre le Canada et l'Afrique du Sud ont augmenté de près de 50 % par rapport à la même période précédente. La mission est un moyen utilisé par les maisons de commerce canadiennes pour faire augmenter encore ces échanges bilatéraux.

La mission d'une semaine est organisée par l'Association des maisons de commerce extérieur du Québec (AMCEQ), en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et la Fédération canadienne des associations de commerce extérieur. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Alain Gagnon, AMCEQ, tél. : (514) 286-1042; fax : (514) 848-9986.

L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

Chili et Pérou : des salons sur les marchés des produits miniers

Santiago (Chili) — On cherche actuellement des entreprises désireuses de participer à la plus importante manifestation sur le commerce des produits miniers en Amérique du Sud, **EXPOMIN '96**, qui se tiendra dans cette ville du 14 au 18 mai.

En outre, il y a la possibilité de compléter cette participation par une visite au **Salon canadien de Lima**.

En participant à **EXPOMIN**, les entreprises canadiennes ont une excellente occasion d'établir des contacts clés dans cette industrie. La manifestation, qui se tient tous les deux ans depuis le milieu des années 80, est devenue l'une des plus importantes expositions au monde sur le matériel et les services miniers, attirant près de 30 000 spécialistes.

Le Canada, qui participe à **EXPOMIN** depuis ses débuts (127 entreprises canadiennes y étaient

présentes en 1994), est convaincu que doivent absolument y venir les entreprises qui font des affaires ou qui projettent d'en faire sur ce marché. Et c'est tout un marché!

« La part que les exportations canadiennes de machines et de matériel minier détiennent du marché chilien a doublé; elle est passée de 5 % en 1992 à 10 % en 1994. Ces exportations totalisaient 89 millions de dollars en 1994, dont 15,4 millions provenaient du matériel minier autre que les machines. Ces chiffres devraient continuer d'augmenter lorsque le Chili aura accès à l'ALENA ».

Cette citation est tirée de la publication **Débouchés commerciaux au Chili : Le marché du matériel et des services miniers**, qu'on peut se procurer auprès de l'InfoCentre du MAECI, en mentionnant le numéro de code 180LF, au numéro de télécopieur (613) 996-

9709.

Les participants à **EXPOMIN '96** et d'autres gens d'affaires qui s'y intéressent, auront la possibilité d'assister au **Salon canadien de Lima** (du 21 au 23 mai 1996) durant lequel seront présentés des documents techniques, une foire et une réception.

On estime qu'au cours des quatre prochaines années, la somme de 8,9 milliards de dollars US sera investie dans le secteur minier du Pérou, dont 30 % ou 2,7 milliards seront consacrés aux machines et aux services.

Pour des détails sur le coût et sur les dimensions des stands et pour tout autre renseignement, communiquer avec Jon Baird, Canadian Association of Mining Equipment and Services (CAMESE), Toronto, tél. : (905) 513-0046; fax : (905) 513-1834; ou avec Paul Schutte, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, fax : (613) 944-0479.

Message du Ministre du Commerce international

(Suite de la page 4)

américain (ALENA) au Chili et, compte tenu des difficultés qu'a eues l'Administration américaine à obtenir du Congrès le pouvoir de négociation prévu par la procédure accélérée, nous devons par tous les moyens nous assurer de l'accession du Chili à l'ALENA le plus tôt possible. Nous avons aussi entrepris avec nos partenaires de l'hémisphère occidental des travaux sur la création d'une plus large zone de libre-échange d'ici à 2005.

Dans la région de l'Asie-Pacifique, les chefs de gouvernement ont adopté à Osaka, au

Japon, une « feuille de route » qui guidera les 18 économies de l'APEC (forum de Coopération économique Asie-Pacifique) vers la création d'une zone de libre-échange dans la région au plus tard en 2010, pour les pays industrialisés, et en 2020, pour les pays en développement.

Plus récemment, le Canada a demandé le renforcement des liens économiques transatlantiques par une plus grande libéralisation des échanges et des investissements, afin d'arriver ultérieurement à un libre-échange transatlantique.

Nouvelles perspectives

En ce début d'une nouvelle année, le milieu commercial international semble se diriger vers des défis et des possibilités additionnels. Avec nos partenaires du monde entier, nous devons ouvrir de nouveaux marchés et franchir de nouveaux pas dans la voie de la libéralisation du commerce et de l'investissement. Nous devons aussi conserver l'approche de l'Équipe Canada pour investir de nouveaux marchés étrangers et, de la sorte, contribuer à l'expansion internationale du Canada, qui revêt une importance primordiale pour la croissance et la création d'emplois.