

Un centre de formation linguistique ouvrira ses portes en Syrie

Damas, Syrie > Après huit semaines de négociations intenses, la English Canada World Organization (EC) a signé un contrat de cinq ans pour l'établissement d'un centre canadien de formation linguistique à la Wadi German Syrian University (WGSU), nouvelle université de langue anglaise située en Syrie occidentale, dans la région d'El Wadi.

« Je me réjouis qu'une entreprise canadienne contribue au développement éducatif, domaine où des sociétés canadiennes comme EC ont une expertise à offrir, a déclaré l'ambassadeur du Canada en Syrie, Brian Davis. »

Le plan de la WGSU repose sur un consortium au sein duquel les partenaires allemands fournissent le programme technique et les professeurs; les Syriens, les installations et les étudiants; et les Canadiens, le programme d'initiation à l'anglais et les enseignants.

EC offre aux entreprises, aux administrations publiques et aux établissements d'enseignement l'occasion de pénétrer le marché en pleine croissance de l'enseignement de l'anglais au moyen d'un programme de grande qualité à contenu canadien. En quelques mois, comme en témoigne le partenariat syrien,

EC est en mesure de mettre en place un institut linguistique canadien entièrement opérationnel dans un pays étranger.

Les délégués commerciaux à l'œuvre

Faisant appel au réseau bien organisé du Service des délégués commerciaux de Commerce international Canada, EC s'emploie à trouver des partenaires éventuels, son but étant d'ouvrir chaque année de deux à quatre centres à l'étranger. De plus, EC collabore étroitement avec Industrie Canada pour satisfaire aux objectifs du Programme de l'industrie de la langue, qui aide les entreprises à commercialiser et à promouvoir l'image de marque des produits et services de l'industrie langagière canadienne en anglais, en français ou en d'autres langues.

« L'ambassade du Canada à Damas a appuyé de façon exceptionnelle le projet d'EC en Syrie. Nous n'aurions pas pu conclure cette entente en huit semaines sans le soutien exemplaire des délégués commerciaux de Damas, de dire le PDG d'EC, Tom Musial. »

Renseignements : Tom Musial, PDG, English Canada World Organization, courriel : tom.musial@EnglishCanada.org, site Web : www.englishcanada.org.

Établir une présence sur le marché angolais grâce à la FILDA

Luanda, Angola, du 17 au 23 juillet 2006 > Les entreprises canadiennes qui souhaitent établir une présence sur le marché angolais auront avantage à participer à la **Foire commerciale internationale de Luanda (FILDA)**, deuxième foire commerciale en importance en Afrique australe.

Chaque année, tous les chemins mènent à la FILDA, plus importante foire commerciale et industrielle en Angola. Cette foire constitue une excellente occasion pour les entreprises de présenter et de promouvoir leurs produits, de rencontrer des contacts clés au sein des secteurs public et privé et de conclure des ententes de partenariat et de coentreprise. L'an dernier, plus de 650 entreprises avaient participé à cette activité, ce qui représente une hausse de 35 % par rapport à l'année précédente. Quelque 200 de ces entreprises provenaient de 17 pays différents, et plus de 9 000 visiteurs avaient assisté à la foire.

Parmi les points saillants du programme de la FILDA, mentionnons les prix d'excellence remis aux entreprises présentant les démonstrations les plus intéressantes et les produits les plus novateurs. Une équipe de juges visite chaque stand pour sélectionner la technologie la plus novatrice. Le « Lion d'or de l'innovation technique » est remis au gagnant. En 2005, c'est le fournisseur angolais de

services de téléphonie cellulaire Movitel, usager de la technologie CDMA EVDO de Nortel, qui a remporté ce prix.

Conseils utiles

Comme dans bien des foires commerciales, les coûts d'exposition peuvent sembler élevés, mais cet investissement initial de temps et de capitaux peut se traduire par des profits considérables une fois que l'entreprise aura établi une présence sur le marché. Assurez-vous d'effectuer les réservations relatives à votre hébergement et à votre transport en temps opportun et d'expédier vos produits avant la tenue de la foire pour éviter tout retard à la douane. Assurez-vous en outre que vos documents promotionnels sont traduits en portugais et que des personnes lusophones peuvent répondre aux questions des visiteurs qui se rendront à votre stand.

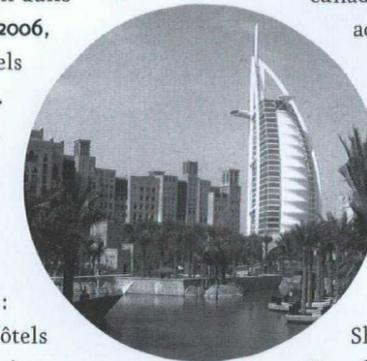
Les entreprises canadiennes qui assisteront ou qui participeront à la FILDA profiteront d'une excellente occasion d'évaluer le potentiel de ce marché en pleine croissance et d'étudier les possibilités de partenariat.

Renseignements : Expo Angola, courriel : aia@netangola.com, ou l'ambassade du Canada à Harare, courriel : hrare-td@international.gc.ca.

Le Canada sera présent au salon hôtelier de Dubaï

Dubaï, Émirats arabes unis, du 4 au 6 juin 2006 > Le plus important salon de l'industrie de l'accueil dans la région du golfe Arabique, **Hotel Show 2006**, devrait attirer plus de 7 000 professionnels du domaine hôtelier venant de la région. Le Canada y mettra sur pied un pavillon.

La croissance spectaculaire que connaît l'industrie du tourisme et des voyages d'affaires dans la région est soutenue par les initiatives de l'État et l'action des promoteurs du secteur privé : on projette de construire 150 nouveaux hôtels rien qu'à Dubaï. En outre, on s'affaire à rénover bon nombre des 200 000 chambres offertes dans la région.



Hotel Show est l'activité idéale pour les fournisseurs canadiens qui songent à pénétrer ce marché ou à y accroître leurs activités. L'ensemble des services fournis aux exposants canadiens comprend une séance d'information sur la région, la présentation à des acheteurs et à des distributeurs éventuels, ainsi que les services offerts par le consulat du Canada à Dubaï.

Renseignements : Terry Gain, agent de la foire commerciale, tél. : (416) 932-1173, courriel : terry.gain@interlog.com, ou Sanam Shahani, déléguée commerciale, consulat du Canada à Dubaï, courriel : sanam.shahani@international.gc.ca, site Web : www.dmgdubai.com.

Établissez des contacts à Export Alliance Construction 2006

Montréal, le 20 mars 2006 > Joignez-vous aux entrepreneurs généraux, architectes, distributeurs et agents manufacturiers à **Export Alliance Construction 2006**, programme de maillage individuel d'une journée qui s'adresse exclusivement aux entreprises de l'industrie de la construction.

L'activité accueille en moyenne une centaine de participants annuellement, notamment des acheteurs américains du secteur de la construction résidentielle, commerciale, industrielle et institutionnelle. L'an dernier, plus de 250 rencontres d'affaires ont été organisées au

bénéfice des manufacturiers québécois. Ne manquez pas la plus importante activité de réseautage du secteur de la construction au Québec!

Renseignements : www.exportalliance.com ou Nèj Monnette, World Trade Centre Montréal, tél. : (514) 871-4002, poste 6218, courriel : nmonnette@cmm.qc.ca.

Cette activité est organisée en partenariat avec le ministère québécois du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation et la Société d'habitation du Québec.

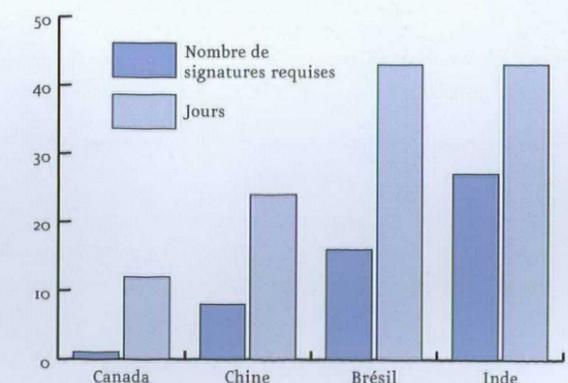
L'importation dans les marchés émergents : les coûts cachés

La Chine, l'Inde et le Brésil connaissent une expansion rapide et créent de nombreux débouchés qui nécessitent l'importation de biens et services de pays comme le Canada. Or, l'importation de biens est une opération coûteuse, et ces coûts ne sont pas que financiers. Pour importer un volume de marchandises normalisé au Canada, il faut une seule signature et un délai de 12 jours. Toutefois, le nombre de signatures requises est plus élevé dans les marchés émergents; il peut aller de 8 pour la Chine à 27 pour l'Inde. Et le coût associé aux délais d'importation est lui aussi appréciable. En effet, il faut 24 jours pour importer un volume de marchandises normalisé en Chine et 43 jours pour importer le même volume de marchandises au Brésil et en Inde, soit de 2 à 3,6 fois plus longtemps qu'au Canada. On peut facilement omettre les coûts non financiers des échanges, mais en ce qui regarde les marchés émergents, cette négligence s'avérerait coûteuse.

Information fournie par la Direction de l'analyse commerciale et économique (www.international.gc.ca/eet).

FAITS ET CHIFFRES

Importations de biens : coûts non financiers



Source : Données de la Banque mondiale. Calcul fondé sur les conditions applicables à un volume de marchandises normalisé.