



## Hong Kong, est-ce payant?

**B**ien que Hong Kong soit au 15<sup>e</sup> rang des partenaires du Canada, qui y exporte pour 1,15 milliard de dollars, on se demande encore si l'île demeure un marché alléchant pour les exportateurs canadiens.

La réponse est oui. « Hong Kong offre de nombreux débouchés pour les entreprises technologiques canadiennes qui pratiquent des prix compétitifs, déclare M. David McNamara, délégué commercial principal à Hong Kong. Elle est dotée d'un régime financier et législatif complet, ainsi que d'un vaste éventail de services aux entreprises qui en font le marché le plus hospitalier d'Asie. En fait, les entreprises canadiennes ont connu de bons résultats dans bien des secteurs de l'île. »

### TIC

Hong Kong tient à se procurer les technologies les plus récentes et en a les moyens. Une centaine d'entreprises canadiennes exercent des activités dans le secteur des TIC. Industrie Canada, lors d'une enquête réalisée il y a deux ans, a classé Hong Kong au 5<sup>e</sup> rang des marchés d'exportation du Canada dans ce secteur.

### Transports

Les entreprises canadiennes sont actives dans le secteur des transports intelligents et de la signalisation ferroviaire. Au cours des dix prochaines années, la Région administrative spéciale de Hong Kong allouera plus de 5 milliards de dollars au développement de ses réseaux ferroviaire et routier, de même qu'à la construction d'un pont vers Macao.

Selon le délégué commercial, ces projets offrent de nombreuses possibilités pour les entreprises canadiennes.

### Aliments et produits du poisson

Le Canada connaît un certain succès dans le secteur des aliments transformés et de la restauration, mais il y a encore beaucoup à faire pour atteindre des résultats satisfaisants. Le Canada a bon espoir que l'embargo sur le bœuf sera levé d'ici la fin de l'été.

### Environnement

L'île offre des possibilités dans les domaines du traitement de l'eau et de l'épuration des eaux usées, de la gestion des déchets solides, du dessalement et du contrôle de la qualité de l'air et de l'eau. Plusieurs entreprises de Hong Kong participent à de multiples projets environnementaux en Chine et sont souvent à la recherche de partenaires.

Hong Kong constitue une bonne rampe de lancement pour les PME. Elle bénéficie de l'économie la plus libre du monde, et son taux d'imposition est très bas. « La ville est très soucieuse de plaire aux entreprises, et il y est très facile de trouver un partenaire compétent ou d'y créer son entreprise, précise M. McNamara. »

La plupart des clients du consulat général du Canada à Hong Kong sont des PME. Et la plupart des PME canadiennes établies sur l'île ont pu rapidement étendre leurs activités en Chine et dans les pays voisins.

Hong Kong demeure une véritable porte d'entrée sur le marché chinois

pour les entreprises canadiennes, en particulier les PME. L'île constitue une excellente vitrine pour la promotion des produits canadiens auprès d'acheteurs de la Chine continentale. On y compte des milliers de gens qui ont l'habitude de faire des affaires en Chine.

Il est conseillé aux PME canadiennes de produits et services novateurs voulant saisir les occasions d'affaires qui s'offrent en Chine de s'associer avec des entreprises de Hong Kong. Elles disposent des moyens financiers, du savoir-faire et des contacts nécessaires pour faire des affaires en Chine. Dernièrement, Hong Kong et le Canada ont signé un accord de libre-échange intitulé *Closer Economic Partnership Arrangement* semblable à l'ALENA. Cet accord offre l'admission en franchise de droits aux produits de Hong Kong et un plus grand accès aux services que ne le fait l'Organisation mondiale du commerce.

### Les risques et les avantages

Certaines entreprises canadiennes pourraient approcher directement le marché de la Chine, sans passer par Hong Kong. De l'avis de M. McNamara, cette façon de procéder a ses risques et ses avantages.

En prenant contact avec un partenaire à Hong Kong, les entreprises canadiennes disposent instantanément d'un nombre élevé de contacts d'affaires en Chine, du savoir-faire nécessaire pour mener des affaires sur le continent, d'une meilleure garantie d'être payées et d'un accès plus rapide sur le marché de la Chine continentale. Il y a certes un coût à cela. Il appartient à chaque entreprise canadienne de voir si elle est prête à tolérer le risque supplémentaire qu'il y a à percer seule le marché chinois pour économiser les coûts qu'elle aurait à assumer si elle faisait appel à un partenaire.

Il ne faut pas sous-estimer la rampe de lancement que constitue Hong Kong. « L'île est en soi un excellent marché, un bon milieu d'affaires — en particulier pour les PME —, et un véritable tremplin pour se lancer à la conquête du marché chinois, conclut M. McNamara. »

**Renseignements :** David McNamara, délégué commercial principal, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7414, courriel : david.mcnamara@international.gc.ca. 🌟

## « Saveurs du Canada » en Floride

**MIAMI, FLORIDE** — les 2 et 3 décembre 2004 — Agriculture et Agroalimentaire Canada, de concert avec Commerce international Canada, invite les exportateurs canadiens à participer au **7<sup>e</sup> Salon-conférence de l'alimentation et de la boisson des Amériques.**

Cette année, dans le cadre du programme « Saveurs du Canada », les exposants canadiens auront l'occasion de présenter leurs produits et services au pavillon du Canada et de rencontrer les principaux acheteurs d'Amérique latine et des Caraïbes.

Au menu figurent diverses activités qui permettront aux exportateurs canadiens d'établir des réseaux avec des acheteurs internationaux de l'Amérique latine et des Caraïbes, dont un colloque, une séance de jumelage, une réception offerte par le Canada et un pavillon du Canada où ont été réservés 46 stands d'exposition. De plus, les agents commerciaux de plusieurs ambassades du Canada dans la région de l'Amérique latine et des Caraïbes seront aussi de la partie pour

présenter les exportateurs canadiens à des acheteurs potentiels.

La ville de Miami sert de plus en plus d'accès aux marchés de l'Amérique latine et des Caraïbes. Elle est actuellement le principal centre de vente et de distribution des produits agroalimentaires et des boissons qui transitent vers ces marchés. L'an dernier, plus de 87 % des exportations totales de la Floride y étaient destinées.

La région de Miami compte à elle seule plus de 2 000 importateurs, exportateurs et distributeurs de produits agroalimentaires et de boissons; ces derniers sont très intéressés par la perspective d'agir comme représentants de nouveaux produits ou comme distributeurs. En outre, Miami est le plus grand port de la marine de croisière au monde. Les croisiéristes achètent par l'intermédiaire de leurs acheteurs locaux des aliments et des boissons pour plus de trois millions de passagers chaque année.

### Les liens se fortifient

Les liens commerciaux du Canada avec l'Amérique latine et les Caraïbes ne

cessent de croître. Le Canada a signé des accords bilatéraux ou régionaux de libre-échange (ALE) avec l'Amérique latine : l'ALE avec le Costa Rica, l'ALE avec le Chili et l'ALENA. Le gouvernement du Canada négocie à l'heure actuelle un ALE avec le Guatemala, le Salvador, le Honduras et le Nicaragua (ALE Canada-CA4) et envisage la possibilité d'amorcer des initiatives en matière de commerce et d'investissement avec d'autres pays de l'hémisphère.

Le Canada s'efforce activement de promouvoir la libéralisation des échanges dans les Amériques et au sein de l'Organisation mondiale du commerce et exerce un rôle prépondérant dans le projet d'établissement de la Zone de libre-échange des Amériques. Grâce aux accords qu'il a signés, ses liens commerciaux avec la région de l'Amérique latine et des Caraïbes devraient croître dans les cinq à dix prochaines années, tout comme l'a permis l'ALENA au cours de la dernière décennie.

Le Salon de l'alimentation et de la boisson des Amériques constitue une excellente occasion d'élargir votre clientèle puisqu'il attire plus d'acheteurs de la région de l'Amérique latine et des Caraïbes que tout autre salon de l'alimentation aux États-Unis. L'édition de l'an dernier a rassemblé plus de 402 exposants de 28 pays différents et 6 045 visiteurs de 75 pays; et 54 % des acheteurs y ont pris des décisions d'achat.

Le Salon a engendré plus de 180 millions de dollars en ventes directes et 1,2 milliard de dollars en ventes prévues sur une période de douze mois. Quelque 60 % des ventes visaient les produits alimentaires, 13 % la viande et la volaille, 12 % les jus et boissons, 7 % les fruits de mer, 7 % les aliments exotiques et 2 % les produits du café.

La brochure contiendra la liste de tous les exposants et associations du secteur agroalimentaire canadien ainsi que les partenaires et les personnes-ressources de l'ambassade et sera remise avant le Salon aux acheteurs d'Amérique latine et des Caraïbes. Pour y figurer, les entreprises intéressées doivent soumettre leur profil le 24 septembre 2004 à 16 h au plus tard. 🌟

## Manufacturiers et exportateurs se rassemblent à Montréal

**MONTRÉAL** — les 17 et 18 novembre 2004 — Le salon **Innovation Exportation 2004** accueillera plus de 4 000 visiteurs. Cette importante manifestation ne manquera pas d'inspirer les manufacturiers et les exportateurs en leur dévoilant les plus récentes tendances en productivité et les toutes dernières solutions et innovations en matière d'exportation. Les stands d'exposition mettront en vedette les outils et services de productivité les plus récents et offriront d'intéressantes occasions de réseautage. Les exposants pourront aussi participer à la Conférence annuelle des manufacturiers et exportateurs canadiens. Ils assisteront à des séances plénières interactives et des plus informatives et entendront le point de vue d'économistes canadiens. De plus, le Forum international sur la Chine, qui a pour thème « Développez votre stratégie en Chine » et qui est organisé par le Conference Board du Canada, se déroulera conjointement avec Innovation Exportation 2004. Quelque 500 invités, chefs d'entreprise et entreprises en lice assisteront à un dîner de gala où seront remis les Prix canadiens d'innovation 2004.

Profitez du salon Innovation Exportation 2004 pour miser sur de nouvelles occasions d'affaires. Venez rencontrer des décideurs de tout le Canada et de l'étranger. Où mieux faire valoir votre expertise, vos produits et vos services qu'auprès de milliers de visiteurs et de délégués en quête de solutions pouvant accroître la productivité et le développement de nouveaux marchés?

**Pour de plus amples renseignements,** consultez le site [www.innovationexportation.ca](http://www.innovationexportation.ca). 🌟