

En 2001, le budget finlandais de défense était de 1,54 milliard de dollars, soit le quatrième plus de l'Union européenne. Pour 2002, le gouvernement finlandais envisage de porter les dépenses militaires de 4,51 % à 4,7 % du budget national.

L'expertise canadienne L'aérospatiale défense

Aperçu du marché

Les achats de matériels représentent des dépenses militaires (85 % sont des dépenses militaires). Des programmes gouvernementaux sont en cours pour développer l'industrie militaire nationale et ramener les dépenses de matériels à 50 %.

Pendant les années 1990, l'Armée de l'air a été modernisée, grâce à l'achat de nouveaux chasseurs F-18 C/D et de systèmes d'armes connexes. La première décennie du nouveau millénaire sera sacrée à la modernisation de la Marine et de l'Armée de terre.

Le programme Navy 2000, nautique, a un budget de 1,7 milliard de dollars, pour l'achat de nouveaux bâtiments et systèmes d'armes. La nouvelle flotte comprendra deux navires d'attaque rapide équipés de missiles et quatre aéroglisseurs de combat.

Le développement des forces de défense implique le déploiement rapide de l'Armée de l'air, dotée de 500 millions de dollars, impliquant l'achat de nouveaux hélicoptères de transport, de véhicules de transport terrestre et de systèmes d'armes connexes. En septembre 2001, la Finlande, la Norvège et la Suède ont décidé d'acheter en commun des hélicoptères de transport NH-90 de NH Industries. La Finlande achètera 20 hélicoptères, les autres seront livrés entre 2004 et 2008. Les premiers seront assemblés à l'usine NH-Industries et les autres par la Patria Finavitec à Jämsä. La Finlande envisage en outre d'acheter d'hélicoptères de combat en 2004.

En 2000, le marché finlandais de l'aérospatiale et des pièces aéronautiques était évalué à 1,5 milliard de dollars.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Au service des entreprises canadiennes à l'étranger

Au service des
industries des services
et des grands projets
en Europe

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca



Italie

Paola Molteni

Agente commerciale
Consulat général du Canada
Milan, Italie

T : (011-39-02) 6758-1
F : (011-39-02) 6758-3900



Pologne

Joanne Lemay

Déléguée commerciale
Ambassade du Canada
Varsovie, Pologne

T : (011-48-22) 584-3352
F : (011-48-22) 584-3195



Roumanie

Claude Charland

Délégué commercial
Ambassade du Canada
Bucarest, Roumanie

T : (011-401) 307-5093
F : (011-401) 307-5015



Royaume-Uni

George Edwards

Agent commercial
Haut-commissariat du Canada
Londres, Royaume-Uni

T : (011-44-20) 7258-6680
F : (011-44-20) 7258-6384



Turquie

François Lasalle

Délégué commercial
Ambassade du Canada
Ankara, Turquie

T : (011-90-312) 459-9278
F : (011-90-312) 459-9365

SUPPLÉMENT

CanadExport

Hiver 2002

L'Europe centrale

UN MARCHÉ ÉMERGENT QUI N'ATTEND QUE VOUS

Ce supplément présente une région débordante d'activité, dynamique et tournée vers l'avenir qui regorge d'occasions d'affaires pour les entreprises, les exportateurs et les investisseurs canadiens. La Pologne, la Hongrie, la République tchèque et la Slovaquie, les « quatre de Visegrád » (4V), forment le noyau de l'Europe centrale, et ce marché de 65 millions de personnes se prépare à se joindre aux 375 millions de consommateurs de l'Union européenne (UE) dès 2004. Les gouvernements de cette région travaillent très fort pour harmoniser les politiques nationales avec celles de l'UE, créant ou améliorant ainsi un climat d'affaires et d'investissement très prometteur pour les entreprises étrangères.

En plus des 4V, nos ambassades de Prague, Budapest et Varsovie couvrent nombre d'autres marchés (la Slovaquie, la Croatie, la Bosnie-Herzégovine et le Bélarus) et travaillent de concert pour accroître les échanges commerciaux et les investissements du Canada dans la région. Ceux-ci et les autres pays de la région comptent près de 100 millions de consommateurs. L'une des principales raisons qui motivent les exportateurs et investisseurs

à faire des affaires en Europe centrale est la possibilité d'avoir accès au marché régional et de s'en servir comme tremplin pour prendre de l'expansion dans la région et passer successivement à l'Europe de l'Ouest, du Nord et du Sud. L'Europe centrale occupe une position stratégique qui lui permet de servir de porte d'entrée sur la Russie, les États baltes et les républiques de l'ancienne Union soviétique.

Les exportateurs canadiens ne connaissent pas bien l'Europe centrale. Par conséquent, ce supplément devrait vous aider à prendre des décisions d'exportation ou d'investissement éclairées. Les pays de la région sont stables, démocratiques, développés et en voie d'accéder à l'UE. Leurs pratiques commerciales se rapprochent rapidement de celles de l'Europe de l'Ouest. Les 4V ont déjà fait l'objet de missions commerciales d'Équipe Canada. Des entreprises canadiennes ont ouvert la voie et connaissent actuellement du succès dans la région. On trouve des débouchés dans l'agroalimentaire, l'environnement, les technologies de l'information et des communications, le bâtiment et les matériaux de construction, l'industrie automobile et les produits pharmaceutiques et les soins de santé.

L'EUROPE CENTRALE EN BREF

	POLOGNE	HONGRIE	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	SLOVAQUIE	SLOVÉNIE
Population, en millions	38,6	10,0	10,3	5,4	2,0
PIB 2000, en milliards de dollars américains ¹	157,7	45,5	50,8	19,2	18,1
Croissance réelle du PIB, 2002, en pourcentage ²	3,8	2,7	4,1	3,4	3,6
IED 2000, en milliards de dollars américains ³	9,3	1,9	4,5	2,0	0,2
Importations, toutes provenances, 2000, en milliards de dollars américains ³	41,4	27,5	32,2	12,7	9,9
Exportations du Canada, de janv. à nov. 2001, en millions de dollars canadiens ¹	128,0	38,0	48,0	9,0	35,0

Sources:

- Réel
- The Economist Intelligence Unit, prévisions
- Investissements étrangers directs (IED) : Banque européenne pour la reconstruction et le développement

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Préparé par la Direction des pays baltes, de l'Europe centrale et des pays de la Méditerranée orientale (REC)

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

Canada

Le Service des délégués commerciaux aide les sociétés novices ou expérimentées qui ont étudié et choisi leurs marchés-cibles.