

Succès d'une mission sur les arts visuels à New York

L'**Affordable Art Fair (AAF)** est une manifestation annuelle qui sert à faire connaître les talents de nouveaux artistes tout en offrant aux amateurs d'art l'occasion d'acheter des œuvres à des prix ne dépassant pas 5 000 \$US. S'appuyant sur le succès de la première AAF, la deuxième, qui a eu lieu en novembre 2003 à New York, a fait connaître au public des œuvres d'art contemporaines originales et novatrices. Plus de 120 galeries d'art, dont 9 canadiennes, ont présenté les œuvres d'artistes internationaux contemporains.

Le consulat général du Canada à New York a accueilli les représentants de sept galeries d'art canadiennes qui participaient à la mission Exportation États-Unis, laquelle coïncidait avec cette exposition. Dans le cadre du programme Routes commerciales du ministère du Patrimoine canadien, Jeffrey Crossman, délégué commercial (arts et industries culturelles) au consulat général du Canada à New York, a organisé la mission pour les galeries canadiennes qui souhaitent apprendre comment accroître leurs exportations aux États-Unis.

Les participants tissent des liens
Les participants ont eu l'occasion de rencontrer des représentants importants du secteur, qui leur ont donné des renseignements et des conseils sur les divers aspects du marché de l'art, dont un aperçu général du monde de l'art actuel à New York, des conseils sur la manière de générer de la publicité ainsi



Untitled, de Cathy Daley, Newzones Gallery à Calgary (participante à l'Affordable Art Fair).

que des faits peu connus touchant le transport transfrontalier des œuvres d'art. Les participants ont également pu mieux se familiariser avec le fonctionnement des expositions d'art grâce à des entretiens avec les organisateurs du salon d'art de New York. Les participants ont été invités à la réception d'ouverture de l'AAF, où ils ont pu faire connaissance avec les autres

participants de l'exposition et tisser des liens importants avec les représentants du secteur.

Rick Hiebert, de la galerie **Fehleley Fine Arts** de Toronto, a qualifié la mission de « bien organisée et bien présentée » et a fait l'éloge des personnes qui avaient fait « plus que le nécessaire pour en assurer le succès ». Aggie Beynon, de **Harbinger Gallery Inc.** de Waterloo, était du même avis, disant que « la participation à la mission commerciale de l'AAF avait été une expérience précieuse comme source unique d'informations pour les exportateurs débutants. Une expérience qui va permettre aux entreprises d'aller droit au but plutôt que de procéder par essais et erreurs. » Après l'exposition, les participants, satisfaits, sont retournés chez eux avec une meilleure compréhension de leurs propres objectifs d'exportation, une meilleure connaissance du marché de l'art et l'avantage d'un contact direct avec le dynamique marché new-yorkais des arts visuels.

La date limite de dépôt des demandes pour les galeries qui souhaitent participer à l'Affordable Art Fair de 2004 est le 15 mars 2004.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Jeffrey Crossman, délégué commercial (arts et industries culturelles), consulat général du Canada à New York, tél. : (212) 596-1650, courriel : commerce@canapple.com, site Web : www.affordableartfair.com.

Les diamants des T.N.-O. font leur entrée à Boston

En novembre 2003, le consulat général du Canada à Boston, de concert avec le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest (T.N.-O.), a participé activement à l'organisation de la première campagne de promotion des diamants de l'Arctique canadien en Nouvelle-Angleterre, tournée qui comprenait également un arrêt à Chicago (voir l'édition de CanadExport du 2 février).

C'est ainsi que la production diamantaire des T.N.-O. a pu être présentée à Boston, à des publics particulièrement intéressés, notamment lors du chic Maple Leaf Ball qui a lieu tous les ans. Le lendemain, grâce à un concours organisé par deux distributeurs locaux, des dizaines de Bostonnais ont pu rencontrer un tailleur de diamants des T.N.-O. et ainsi mieux apprécier les qualités intrinsèques de ces pierres de rêve qui pourraient, au cours des

10 prochaines années, placer le Canada parmi les trois plus grands producteurs au monde.

La présence du gouvernement des T.N.-O. à cette manifestation était assurée par le vice-premier ministre, Jim Antoine, qui a profité de son séjour à Boston pour rencontrer plusieurs membres de la presse écrite et électronique de la Nouvelle-Angleterre

voir page 5 — Diamants des T.N.-O.

Des entreprises canadiennes s'associent à un conglomérat chinois

En octobre 2003, pour faire suite au salon de la haute technologie de Chine, le consulat général du Canada à Guangzhou organisait une délégation commerciale de 18 personnes pour visiter l'Overseas Chinese Town (OCT) à Shenzhen. Une des plus importantes entreprises de Shenzhen, l'OCT exerce son activité dans divers secteurs, notamment la promotion immobilière, l'hôtellerie, les parcs thématiques, les appareils électriques et les technologies de l'information (TI).

La délégation canadienne, dirigée par le consul général du Canada, Jim Feir, était formée de représentants du bureau de Hong Kong du gouvernement de l'Alberta, du consulat général du Canada à Hong Kong et de neuf entreprises canadiennes actives dans les TI, la protection de l'environnement et la construction.

Pendant la visite, les membres de la délégation se sont employés à faire connaître les compétences du Canada dans les secteurs du design et de la

construction, de la protection de l'environnement, des produits de construction (maisons à ossature de bois, en particulier) et des TI. Les représentants des entreprises canadiennes ont pu prendre connaissance des besoins d'OCT et présenter leurs produits et services aux cadres de la société. La délégation a également visité le parc Shenzhen's Happy Kingdom, l'un des trois parcs thématiques construits et gérés par l'OCT, et Konka, la 11^e entreprise en importance en Chine dans le secteur des TI et de l'électrotechnique.

La délégation s'est par ailleurs rendue dans un parc écologique dans l'est de Shenzhen, lequel sera le plus grand parc du genre en Chine, avec un investissement de quelque 3,2 millions de dollars entièrement financé par l'OCT. Après cette visite, les représentants des entreprises canadiennes et les gestionnaires de projet d'OCT se sont réunis pour discuter des débouchés qu'offre le parc écologique dans le secteur de la conception et de la protection de l'environnement.

Les délégués du Canada ont fait état de nombreuses occasions, par exemple de nouvelles cartes intelligentes en papier pour les parcs thématiques d'OCT, des vins de glace canadiens pour les hôtels de la société et du bois canadien pour la construction de différents bâtiments dans le parc écologique.

Débouchés

L'OCT est à la recherche de partenaires canadiens dans les secteurs suivants : conception et planification de parcs thématiques et de projets d'aménagement immobilier, matériaux pour construction routière dans son futur parc forestier, systèmes de traitement de l'eau, produits du bois, design et construction de maisons à ossature de bois ainsi que TI et technologies écologiques avancées.

Pour plus de renseignements, communiquez avec le consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : (011-86-20) 8666-0569, téléc. : (011-86-20) 8667-2401, courriel : ganzu@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.guangzhou.gc.ca.

Diamants des T.N.-O. — suite de la page 4

afin de faire mieux connaître les diamants de sa région et l'importance économique qu'ils revêtent pour les Premières nations.

Carl Malmsten, fonctionnaire du gouvernement des T.N.-O. et instigateur de la campagne, a indiqué que « la promotion des diamants des Territoires du Nord-Ouest joue un rôle important du point de vue des exportations, mais elle vise surtout à renforcer la viabilité d'une industrie qui met à profit les talents de plusieurs hommes et femmes du Nord ».

Pour sa part, le consul général du Canada à Boston, Ronald Irwin, ancien ministre fédéral des Affaires indiennes et du Nord canadien, bien au fait de l'importance que revêt le développement économique pour cette région, n'a pas

manqué de souligner sa satisfaction de voir le Ministère s'associer à cette première campagne aux États-Unis. Le consul général a déclaré que « Boston et la Nouvelle-Angleterre sont le berceau du commerce de bijoux aux États-Unis, et ce sont également des marchés importants tant par la taille que par le ton qu'ils donnent en ce qui concerne la mode en matière de bijoux. Je suis fier que le consulat ait épaulé les T.N.-O. et leur détermination à pénétrer un marché aussi important. »

Au terme de cette campagne aux États-Unis, tous les partenaires ont fait part de leur désir d'élargir les activités de promotion des diamants des T.N.-O. aux États-Unis en 2004. **Pour plus de renseignements,** communiquez avec



De gauche à droite, le consul général du Canada à Boston, Ronald Irwin, et le vice-premier ministre des T.N.-O., Jim Antoine, au Maple Leaf Ball pour présenter les diamants des T.N.-O.

Colette Lekborg, consulat général du Canada à Boston, tél. : (617) 262-3338, poste 3357, téléc. : (617) 262-3415, courriel : colette.lekborg@dfait-maeci.gc.ca.