

Pour réussir en Europe

— suite de la page 1

Colombie-Britannique et de Terre-Neuve-et-Labrador, le pavillon du Canada aura permis à des entreprises d'un bout à l'autre du pays de présenter leurs produits à ce grand salon des produits de la mer qui, chaque année, compte plus de 60 pavillons nationaux et attire plus de 20 000 acheteurs venant de 100 pays.

À la pêche ... de débouchés

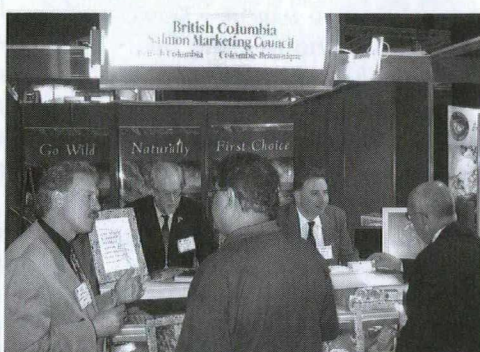
Malgré des droits de douane élevés sur les produits à valeur ajoutée et des obstacles techniques au commerce de plus en plus nombreux, l'Union européenne (UE) demeure le troisième marché d'exportation en importance du Canada pour les produits de la mer, les produits haut de gamme (comme le homard, les crevettes et les pétoncles) et les « classiques » (comme le saumon en conserve, le poisson d'eau douce et le hareng) constituant une fraction importante des exportations canadiennes. Mais il y a aussi en Europe des créneaux plus petits pour un grand nombre de produits, par exemple, pour les moules bleues, le crabe des neiges, le chien de mer, le maquereau de même que pour des produits tels la panope du Pacifique et les oursins (destinés à être consommés sur des marchés ethniques, à la maison comme au restaurant).

Toutefois, étant donné les droits de douane élevés qu'applique l'UE pour protéger son industrie de la transformation des produits de la mer, il est difficile d'exporter vers les pays de l'Union des produits à forte valeur ajoutée ou des produits transformés comme le saumon fumé, et la nouvelle génération de produits du homard ou de la crevette prêts à consommer. Les nouvelles exigences en matière d'étiquetage, les règlements sur l'intégrité des contenants, les pressions exercées par les groupes environnementaux pour imposer la certification écologique sont autant de facteurs qui compliquent la vie des exportateurs canadiens.

Coup de filet prometteur pour le Canada!

Quoi qu'il en soit, tous les exposants étaient enchantés de leur participation au pavillon du Canada et au salon. Ils ont affirmé que le

salon leur avait permis de repérer 500 clients éventuels, dans les pays de l'UE pour la plupart. Certaines entreprises ont même conclu sur place des ventes de plusieurs millions de dollars. D'autres exposants s'attendent à réaliser des ventes dans l'année qui vient. La plupart des exposants présents au pavillon du Canada ont dit avoir participé à l'ESE d'abord et avant tout pour maintenir leur présence et leur visibilité sur le marché européen.



Le stand du B.C. Salmon Marketing Council a attiré nombre de clients avec lesquels s'entrelient (de gauche à droite), MM. Lewis Bublé, président; Grant Snell, directeur général; et Fraser Reiche, de la Canadian Fishing Company, de Vancouver.

Les délégués commerciaux du Canada dans les pays de l'UE — dont bon nombre ont assisté à l'ESE et ont participé à la table ronde sur les produits de la mer à l'ambassade du Canada (à laquelle le sous-ministre d'AAC, M. Samy Watson, a fait un exposé) — sont optimistes quant aux possibilités en Europe pour les exportateurs canadiens.

L'UE reste un important marché pour les transformateurs canadiens de produits de

la mer (350 millions de \$ en 2002), en ce que ce dernier peut permettre au Canada d'équilibrer sa balance commerciale grâce aux occasions créées par les variations du cycle économique dans d'autres pays. Pour aider les entreprises canadiennes à pénétrer ce marché, un nouveau poste a été créé à l'ambassade du Canada à Bruxelles : le titulaire, qui entrera en fonction en septembre 2003, aura pour tâche de repérer sur le marché européen tout entier les possibilités susceptibles d'intéresser les producteurs canadiens.



Le chef attiré du pavillon du Canada était M. Robert Clark, premier chef au restaurant qui est reconnu comme offrant la meilleure cuisine de fruits de mer à Vancouver.

Il est impératif d'isoler les produits qui peuvent être compétitifs sur le marché européen. Pour recevoir de l'aide à ce chapitre et pour déterminer les débouchés en Europe pour les produits de la mer, communiquer avec les délégués commerciaux attachés aux marchés qui sont prioritaires pour vous ou avec tout spécialiste des produits de la mer à AAC, par exemple, avec M^{me} Jane Barnett, tél. : (905) 823-0122, courriel : barnettj@agr.gc.ca, avec M^{me} Janis Raymond, tél. : (902) 426-3130, courriel : raymondj@agr.gc.ca, ou encore, avec M^{me} Lauren Lavigne, tél. : (604) 666-1067, courriel : lavignel@agr.gc.ca.

La CCC récompense — suite de la page 5

avec le Washington Management Group et la Coalition for Government Procurement (CGP) — organisme à but non lucratif de Washington — fournit des services d'information moins coûteux aux entreprises canadiennes souhaitant devenir un fournisseur inscrit dans le cadre du programme de la GSA. Cette inscription constitue, en quelque sorte, une offre permanente de la part du gouvernement du Canada, et les acheteurs de tous les organismes fédéraux américains peuvent acheter des produits ou des services commerciaux dans le cadre d'une partie du programme de la GSA, programme ayant une valeur de 25 milliards de dollars US.

Pour plus de renseignements sur les services offerts par la CCC, composer le 1-800-748-8191 ou cliquer sur www.ccc.ca.

Protéger les investisseurs et stimuler les exportations

EDC : une assurance pour les marchés émergents

Les entreprises canadiennes qui investissent sur des marchés émergents s'exposent à de nouveaux risques, sur le plan politique, qui s'ajoutent aux défis commerciaux qu'elles relèvent sur le marché canadien. Il suffit de songer à ce qui s'est passé dernièrement dans des pays comme l'Argentine, le Venezuela ou la Côte d'Ivoire pour s'en convaincre.

On entend par risques politiques l'incapacité de convertir la monnaie locale en devises fortes ou de transférer des devises fortes hors du pays; les mesures de nationalisation ou de confiscation prises par le gouvernement du pays d'accueil; et les actes de violence politique à la suite desquels des biens sont détruits ou qui empêchent une filiale à l'étranger de poursuivre ses opérations.

EDC à la rescousse

Les entreprises canadiennes, grandes et petites, peuvent s'adresser à Exportation et développement Canada (EDC) afin d'atténuer ces risques. En effet, depuis 1969, EDC offre aux entreprises canadiennes qui investissent à l'étranger une assurance contre de tels risques, à savoir l'assurance-risques politiques (PRI). La PRI a ainsi contribué de manière significative à leur expansion internationale, tout en stimulant la croissance des exportations canadiennes vers les marchés émergents.

Les Services économiques d'EDC estiment que chaque dollar que le Canada investit dans des installations nouvelles dans un pays en développement se traduit par deux dollars d'exportations canadiennes dans les années qui suivent l'investissement.

Au cours des cinq dernières années, EDC a émis pour plus de 1 milliard de \$ de couverture PRI à des entreprises canadiennes investissant sur de tels marchés. Les polices émises protégeaient des investissements qui allaient de 250 000 \$ à 200 millions de \$. Il arrive à EDC de

fournir une couverture PRI en partenariat avec des assureurs du secteur privé, avec des organismes de crédit à l'exportation d'autres pays ou avec l'Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI) de la Banque mondiale.

Un client satisfait

La Compagnie canadienne des billets de banque limitée (CBN) figure parmi les entreprises canadiennes de taille moyenne qui bénéficient des services de PRI d'EDC. La CBN se spécialise dans les systèmes



de paiement, d'identification et de loterie. Elle est réputée dans le monde pour sa capacité de mettre au point, d'installer et d'exploiter des loteries électroniques en ligne qui aident les gouvernements de marchés émergents à lutter contre les jeux clandestins, tout en générant des revenus pour financer des programmes sociaux. Ces dernières années, la CBN a souscrit auprès d'EDC de l'assurance-risques politiques pour quatre investissements basés en Amérique latine et en Asie central, totalisant 12,5 millions de \$.

Comme le fait remarquer le vice-président et chef du contentieux de la CBN, M. Gordon McKechnie : « Dans tous nos projets récents sur des marchés en développement, les services de PRI d'EDC nous ont donné la confiance dont nous avons besoin pour investir. Les marchés émergents présentent quantité de risques politiques. La PRI d'EDC nous a permis de les atténuer pour la plupart. » Tous les investissements de la CBN sur des marchés émergents ont engendré des exportations canadiennes.

Service personnalisé

Un autre produit aide les entreprises canadiennes à atténuer les risques liés aux investissements sur les marchés émergents :

le service personnalisé d'EDC en matière d'évaluation des risques politiques. Ce service permet d'obtenir une carte détaillée des risques éventuels à étudier avant d'investir dans un pays en développement et un secteur particuliers. Sont examinés, entre autres, la réglementation, la stabilité politique, les risques économiques, ainsi que tout autre facteur que l'investisseur éventuel peut souhaiter voir examiné. Il est possible aussi de communiquer, sur demande, avec des analystes politiques chevronnés.

Pour l'avenir prévisible, la PRI d'EDC continuera de jouer un rôle clé pour ce qui est d'aider les entreprises canadiennes de toute taille à gérer les risques politiques qu'elles rencontrent sur ces marchés. La PRI d'EDC devrait aussi stimuler, indirectement, la croissance des exportations canadiennes vers les pays en développement.

Pour plus de détails sur la PRI d'EDC, joindre M^{me} Joanne Palmer, tél. : (613) 598-6642, courriel : jpalm@edc.ca.

Pour en savoir plus sur les services personnalisés d'évaluation des risques politiques, joindre M. Rod Lever, tél. : (613) 597-8835, courriel : rlever@edc.ca.

Le Salon de l'habitation au Japon

— suite de la page 2

bâtiment et la construction, l'immobilier, les installations sanitaires, la climatisation, la plomberie et l'éclairage.

Pour plus de renseignements, cliquer sur www.jma.or.jp/JHS/en/index.html ou joindre M. Matt Fraser, délégué commercial, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : matt.fraser@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Masayo Umeda, agent commercial, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : masayo.umed@dfait-maeci.gc.ca ou encore M^{me} Joy Vicente, déléguée commerciale, MAECI, courriel : joy.vicente@dfait-maeci.gc.ca.