

## Le Canada ouvre de nouveaux consulats aux États-Unis

Le 17 septembre 2003, le gouvernement du Canada a annoncé une nouvelle vague d'expansion de sa représentation officielle aux États-Unis. Il donnera plus d'envergure aux bureaux existants, ouvrira de nouveaux consulats et nommera de nouveaux consuls honoraires dans l'ensemble du pays.

Cette expansion, qui devrait être complétée à l'automne 2004, renforcera la capacité du Canada de défendre ses intérêts en ce qui concerne les grandes questions économiques, politiques et de sécurité et à établir des partenariats stratégiques novateurs dans les centres américains dont la puissance économique est émergente. Après tout, les échanges bilatéraux entre le Canada et les États-Unis sont supérieurs à 560 milliards de dollars par année.

L'Initiative de représentation accrue, qui a été prescrite par le discours du Trône de septembre 2002 et dont le financement a été prévu au budget de février 2003, invite le Canada à établir un consulat général à Denver, ainsi que des consulats à Houston, Raleigh-Durham, San Diego, Philadelphie, Phoenix et Anchorage. Ainsi, la représentation du Canada aux États-Unis passera à 22 bureaux.

En outre, le fait que les consulats de Miami et de San Francisco deviendront des consulats généraux renforcera la représentation du Canada aux États-Unis. Par ailleurs, 20 nouveaux consuls honoraires chargés de défendre les intérêts du Canada partout aux États-Unis seront nommés dans des centres importants où il n'y a pas de bureaux gouvernementaux canadiens. La présence du Canada aux États-Unis sera ainsi renforcée et d'importants vides de notre représentation actuelle seront comblés, en particulier dans le Sud-Est, le Sud-Ouest et le Midwest.

Les réalités économique et politique des États-Unis ont évolué au cours de la dernière décennie en raison de l'émergence de

centres commerciaux régionaux dans le Sud-Ouest, le Sud-Est, la Californie et la Floride. À titre d'exemple, la taille de l'économie de la Floride est à elle seule équivalente à celle de la Corée du Sud. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, en collaboration étroite avec Industrie Canada et Agriculture et Agroalimentaire Canada, vise à développer une représentation du Canada qui soit davantage axée sur les régions et à offrir des services aux exportateurs qui tiennent davantage compte de ces centres commerciaux régionaux.

En accroissant sa représentation dans ces régions, le Canada aura davantage de ressources sur place afin d'établir des réseaux de renseignements sur les marchés et des relations avec les acteurs clés. Ses représentants seront ainsi mieux placés pour repérer les occasions de partenariats,

de coentreprises, de transfert de technologies et de promotion des investissements, et pour mettre en œuvre la politique commerciale et défendre les intérêts politiques du Canada.

Pour plus de renseignements concernant l'Initiative de représentation accrue ou pour obtenir les informations les plus récentes concernant l'ouverture des nouveaux bureaux, visiter le site Web suivant : [www.dfait-maeci.gc.ca/can-am](http://www.dfait-maeci.gc.ca/can-am). Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur la façon de pénétrer le marché américain, communiquer avec le Centre de commerce international le plus près de vous. Pour obtenir une liste exhaustive des centres de commerce international, visiter le site Web <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ig00006f.html>, puis cliquer sur le lien « Contactez-nous ». ★

### Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements à propos des missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consulter le Calendrier d'exportation É.-U. à [www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export](http://www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export).

## La Commission de l'ALENA

— suite de la page 1

Parmi les principaux résultats de la réunion de Montréal, il convient de noter ce qui suit :

- les trois ministres ont convenu de mesures pour rendre encore plus transparent et efficace le processus de règlement des différends du chapitre 11 (investissement), en approuvant des lignes directrices pour la présentation de mémoires par des tiers non parties au litige et d'uniformiser les notifications d'intention. Ces mesures font suite aux Notes d'interprétation publiées en juillet 2001. Les ministres ont également demandé à leurs fonctionnaires de continuer à tenter d'améliorer la mise en œuvre du chapitre sur l'investissement;
- afin d'améliorer la transparence du chapitre 11, le Canada et les États-Unis ont réaffirmé leur engagement à tenir des audiences publiques pour tous les

cas d'arbitrage relatifs au chapitre 11 dans lesquels ils sont parties et s'engagent à demander le consentement des investisseurs contestants à ce sujet. Le Canada et les États-Unis continueront à collaborer avec le Mexique en cette matière.

- les ministres ont accueilli avec satisfaction la création d'un Comité nord-américain sur le commerce de l'acier, qui donnera aux gouvernements et à l'industrie des pays de l'ALENA l'occasion de favoriser une plus grande ouverture et intégration dans le marché nord-américain de l'acier;
- ils ont décidé de réduire encore les coûts des transactions à l'exportation dans la zone de l'ALENA, en convenant d'étudier les possibilités de libéraliser les règles d'origine et d'harmoniser les tarifs de

voir page 6 — L'ALENA

## Le plus important salon mondial des TIC CeBIT 2004

HANOVRÉ, ALLEMAGNE — du 18 au 24 mars 2004 — CeBIT est le plus important et le plus prestigieux salon des technologies de l'information et des communications (TIC) au monde. Le CeBIT 2003 a duré huit jours et il a accueilli 6 526 exposants, 560 000 visiteurs et 10 711 journalistes venus de 125 pays.

CeBIT Hanovre, institué en 1986, est le salon des TIC le plus réputé au monde, recouvrant tout l'éventail des technologies de l'information, des télécommunications, des logiciels et des services. De fait, chaque catégorie d'exposants au CeBIT peut être considérée comme formant un salon professionnel majeur à part entière.

Les exposants du CeBIT rejoignent un très grand nombre de professionnels, et environ 20 % des 560 000 visiteurs présents à l'édition 2003 venaient de l'extérieur de l'Allemagne. Autrement dit, le CeBIT attire les décideurs les plus influents de partout dans le monde. Cette foire commerciale

permet aux entreprises canadiennes du domaine des TIC d'explorer de nouveaux débouchés dans l'Union européenne, en Asie, au Moyen-Orient et dans les Amériques.

### Pavillon canadien

Comme en 2003, le Canada aura au CeBIT 2004 un pavillon des logiciels et des services où les exposants qui y seront logés bénéficieront d'un stand clé en main, avec installations et services connexes. Les entreprises canadiennes dont les produits appartiennent à d'autres catégories, telles que télécommunications, matériel et réseautique, peuvent s'adresser aux responsables du salon afin de réserver un espace d'exposition comprenant un stand clé en main et les services connexes. Naturellement, les entreprises qui souhaitent occuper un stand existant selon leurs propres critères d'exposition ou créer leur propre stand pourront réserver un espace pour elles seules.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et le ministère

de l'Industrie auront un kiosque d'information commun dans le pavillon canadien. En outre, on est à préparer un certain nombre d'activités promotionnelles pour faire valoir la présence canadienne à cet événement. Les agents commerciaux canadiens de plusieurs bureaux en Europe seront présents à ce salon pour renseigner les exposants canadiens sur les débouchés qui existent dans leurs marchés respectifs. Les provinces de l'Alberta, du Québec et de l'Ontario prévoient participer à ce salon, notamment en soutenant les entreprises établies sur leur territoire respectif.

Pour plus de renseignements sur la participation canadienne, communiquer avec Cliff Singleton, agent de commerce, consulat du Canada à Munich, tél. : (011-49-89) 2199-5717, téléc. : (011-49-89) 2199-5757, courriel : [cliff.singleton@dfait-maeci.gc.ca](mailto:cliff.singleton@dfait-maeci.gc.ca). Pour des renseignements sur la gamme complète des services offerts aux exposants, communiquer avec Co-Mar Management Services, tél. : 1 800 727-4183, courriel : [info@hfcanada.com](mailto:info@hfcanada.com), ou visiter le site [www.hf-canada.com](http://www.hf-canada.com). ★

## Conseil judiciaire — suite de la page 1

En 1987, M<sup>me</sup> Knowlton, originaire des Cantons de l'Est au Québec, avait terminé un programme de maîtrise en administration des affaires (MBA) à l'Université Saint Mary's de Halifax et une formation de comptable agréé en Alberta, et elle souhaitait se lancer en affaires avec son époux, expert en haute technologie. Au début, ils importaient des projecteurs des États-Unis pour les vendre au Canada. Mais aussitôt qu'ils eurent mis au point leur système de projection interactif en 1990, ils en commencèrent l'exportation. Citant SMART en exemple, M<sup>me</sup> Knowlton souligne que, même si elles préfèrent limiter leurs ventes au Canada pour commencer, les petites entreprises canadiennes auraient avantage à « se hâter d'exporter; en effet,

un volume accru des ventes assure une certaine prise sur le marché et fait connaître votre produit à l'échelle mondiale, ce qui en fait baisser le prix. »

Calgary est un merveilleux endroit pour faire des affaires. Selon M<sup>me</sup> Knowlton, la ville affiche une véritable attitude positive :

« Calgary est idéale pour une entreprise à vocation exportatrice. Elle est dynamique et jeune, peuplée de gens très instruits. » L'usine de l'entreprise à Ottawa n'est qu'à une heure de la frontière américaine et à quelques heures de Toronto et de Montréal. SMART a récemment ouvert d'autres installations à Bonn, Tokyo, New York et Washington.

M<sup>me</sup> Knowlton affirme que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en particulier le Service des délégués



Nancy Knowlton de SMART Technologies Inc. à Calgary

commerciaux, lui a été d'une aide précieuse pour s'introduire dans le marché japonais. « Nous comptons de nombreux "meneurs de claque" au MAECI. »

Gagner le Prix d'excellence à l'exportation en 2002 et être primée Exportateur de l'année en 2000 a mérité à l'entreprise l'aide spontanée des missions du MAECI à l'étranger et a ajouté créance à ses relations d'affaires avec de grandes organisations internationales. « Nous pouvons nous enorgueillir d'intéresser les grandes entreprises », dit-elle sans cacher sa fierté.

La cérémonie de remise des Prix d'excellence à l'exportation de 2003, dans sa 20<sup>e</sup> édition, se déroulera à Toronto dans le cadre de la conférence des **Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC)**, « Les leviers du succès : stratégies gagnantes dans un monde en constante évolution », les **23 et 24 novembre 2003**. Pour plus de renseignements, communiquer avec les MEC, tél. : (613) 238-8888, site Web : [www.cme-mec.ca](http://www.cme-mec.ca). ★