

Des artistes canadiens participeront à une mission commerciale

Chicago, du 10 au 12 novembre 2006 > Les artistes et les propriétaires de galerie d'art canadiens qui s'intéressent au marché des États-Unis songeront probablement à participer au **Sculpture Objects & Functional Art (SOFA) Show**, un salon des objets d'art haut de gamme consacré au verre, à la céramique, au bois, au métal, à la fibre et à la sculpture. Une fois de plus, le consulat général du Canada à Chicago enverra une mission commerciale à cette activité courue.

L'an dernier, 45 participants canadiens — dont des artistes, des propriétaires de galerie d'art et des représentants des conseils des arts provinciaux — ont appris comment exporter vers le marché des États-Unis et ont rencontré des spécialistes de l'industrie. L'édition 2005 a accueilli plus de 80 galeries sélectionnées de partout dans le monde.

« Depuis sa création, SOFA est une activité précieuse pour les représentants des galeries d'art canadiennes, affirme Ann Rosen du consulat général du Canada à Chicago. Au cours des sept dernières années, plus de 170 artistes et propriétaires de galerie d'art ont participé à la mission commerciale canadienne à ce salon, ce qui leur a permis de s'informer et de se faire connaître sur ce marché haut de gamme. La séance d'information d'une journée ainsi que les visites au salon et à des galeries d'art de la région donnent à chaque participant une bonne idée de ce qu'il faut faire pour vendre ses œuvres sur le marché états-unien. »

La mission commerciale vise à faire mieux connaître les artistes canadiens et leurs œuvres et à accroître la présence du milieu artistique canadien dans le Midwest américain. Les personnes intéressées ont jusqu'au 18 octobre 2006 pour s'inscrire et les inscriptions se font dans l'ordre de réception des demandes.

Renseignements : Ann Rosen, consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 327-3624, courriel : ann.rosen@international.gc.ca, sites Web : www.chicago.gc.ca (cliquer sur Commerce et Investissement) et www.sofaexpo.com.



Une passerelle vers le marché des TI du Moyen-Orient

Dubaï, du 18 au 22 novembre 2006 > Cette année, le consulat du Canada à Dubaï tiendra un pavillon du Canada au salon **Gulf Information and Technology Exhibition (GITEX)**.

Le GITEX est une excellente vitrine pour les entreprises canadiennes de TI qui souhaitent faire connaître leurs produits et services, et Dubaï s'impose de plus en plus comme plaque tournante des TI au Moyen-Orient, avec un marché de 1,9 milliard de consommateurs. Le salon prend beaucoup d'ampleur d'une année à l'autre, si bien que quelque 100 000 visiteurs sont attendus cette année. Bien que la plupart soient originaires des pays du Golfe, de nombreux autres visiteurs viennent d'autres régions du Moyen-Orient, de l'Asie et de l'Afrique.

Les Émirats arabes unis ont une économie ouverte et affichent un revenu par habitant

élevé. Bien que le pays demeure fortement tributaire de ses ressources pétrolières et gazières, il a pris des mesures pour atténuer cette dépendance, misant sur d'autres secteurs comme les finances et les TI, ce qui crée des débouchés pour les entreprises canadiennes de TI.

En fait, l'industrie des TI du pays connaît une période de croissance exceptionnelle, particulièrement les marchés des logiciels, du matériel informatique et des télécommunications. La Dubai Technology, Electronic Commerce and Media Free Zone Authority a été établie pour faire la promotion de Dubaï en tant que carrefour technologique. Sa plus importante initiative à ce jour a été de créer la Dubai Internet City, un projet d'infrastructure technologique de 700 millions de dollars.

Renseignements : Fouad Soueid, consulat du Canada à Dubaï, tél. : (011-971-4) 314-5555, courriel : fouad.soueid@international.gc.ca, ou Venky Rao, représentant de l'organisateur au Canada, tél. et téléc. : (905) 876-7815, courriel : dwtc@rogers.com, site Web : www.gitex.com.

Faut-il ou non se rendre sur place?

Les voyages d'affaires peuvent être excitants, mais ils peuvent aussi être très coûteux en temps et en argent. Les nouveaux exportateurs n'ont pas toujours les ressources nécessaires pour explorer régulièrement de nouveaux marchés sur place. Ce qui importe, c'est de déterminer à quel moment il convient de visiter son marché cible. Les projets d'exportation ne nécessitent pas tous des visites sur place, mais la plupart des exportateurs ont avantage à faire de telles visites dans certaines circonstances particulières.

Planifier : pour bon nombre d'exportateurs, l'un des meilleurs moyens d'étudier le marché consiste à se rendre sur le terrain pour y recueillir des renseignements de base.

Rencontrer des clients importants ou assister à des manifestations commerciales : les entretiens face-à-face aident souvent à établir des relations solides. Cela montre à vos clients éventuels que vous les respectez et les prenez suffisamment au sérieux pour tenir à les rencontrer personnellement.

Diagnostiquer les difficultés : l'exportation est une activité complexe qui présente de nombreuses facettes. Si un problème surgit, vous voudrez en prendre connaissance sur place et décider vous-même comment le résoudre.

Prendre de l'expansion : l'exportation peut s'avérer très profitable. Pour en tirer le plus grand parti, vous voudrez peut-être explorer sur place la possibilité d'étendre votre présence à l'étranger.

Avant de partir, n'hésitez pas à consulter le guide d'Équipe Canada inc *Planifier des voyages d'affaires à l'étranger*, disponible à l'adresse www.exportsource.ca/gol/exportsource/site.nsf/fr/eso3034.html, ou à composer le 1-888-811-1119 pour demander de l'aide.

Foire de l'alimentation et de l'hôtellerie en Chine

Shanghai, du 30 novembre au 2 décembre 2006 > Le consulat général du Canada à Shanghai et Agriculture et Agroalimentaire Canada organisent de nouveau un pavillon canadien dans le cadre de l'exposition **Food & Hospitality 2006**.

Connue auparavant sous le nom de Food & Hotel China (FHC), cette foire s'adresse aux marchés chinois de l'alimentation et de l'hôtellerie; on y verra en montre des vins et spiritueux, des confiseries et des produits de boulangerie, ainsi que des expositions présentées par les secteurs dynamiques de l'hôtellerie et du commerce technologique de détail. Parmi les expositions alimentaires internationales qui se tiennent en Chine, FHC est celle qui existe depuis le plus longtemps.

Les produits agricoles et agroalimentaires canadiens sont populaires en Chine, où ils jouissent d'une bonne réputation pour leur salubrité et leur qualité élevée. Les aliments transformés et emballés, les viandes, les fruits de mer, les produits laitiers, les boissons et les principaux ingrédients alimentaires occupent une place de choix à cet égard.

Pour plus de détails, consulter le site http://atn-riac.agr.ca/events/4129_f.htm ou communiquer avec Dora Wang au consulat général du Canada à Shanghai; tél. : 011.86.21.6279.8400; fax : 011.86.21.6279.7456; courriel : dora.wang@international.gc.ca; ou avec Blair Gowan à Agriculture et Agroalimentaire Canada; tél. : 613.759.7524; fax : 613.759.7506; courriel : gowanb@agr.gc.ca.

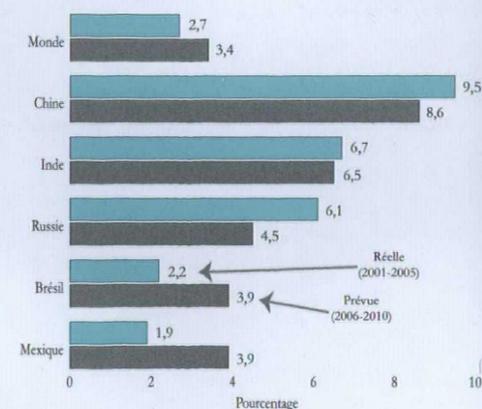
Au Brésil, croissance inférieure à celle des autres grands marchés émergents

Même si l'on prévoit un accroissement de l'activité économique moyenne au Brésil dans les cinq prochaines années, cette croissance sera plus modeste que dans les autres grands pays émergents. Au cours des cinq dernières années, le Brésil a affiché un taux de croissance annuelle moyen de 2,2 %, ce qui est sensiblement inférieur aux taux enregistrés en Chine, en Inde et même en Russie, lesquels sont de trois à quatre fois plus élevés. Dans les cinq prochaines années, la croissance moyenne du Brésil progressera de manière significative pour atteindre 3,9 %, dépassant la moyenne mondiale de 3,4 %. Par ailleurs, bien que l'on s'attende à un léger ralentissement en Chine et en Inde au cours de la période de 2006-2010, ils feront mieux que le Brésil, avec des taux de 8,6 % et de 6,5 %, respectivement.

Données fournies par la Direction de l'analyse des données courantes et structurelles, Bureau de l'économiste en chef (www.international.gc.ca/eet).

FAITS ET CHIFFRES

Croissance annuelle moyenne du PIB



Source : Global Insight