

La Turquie en quête d'investisseurs

Istanbul, 10 mai 2007 > La Turquie joue un rôle de plus en plus actif sur les marchés européens et régionaux. C'est là une circonstance qui ouvre de nouveaux débouchés aux entrepreneurs canadiens, en particulier aux investisseurs. On prépare à l'heure actuelle, dans le cadre d'une mission commerciale en Turquie, une conférence destinée à les aider à tirer parti du vaste potentiel turc.

La conférence a lieu chaque année sous les auspices du Conseil d'affaires Canada-Turquie (CACT) et de la DEIK (commission turque des relations économiques extérieures). Elle donne aux chefs d'entreprise des deux pays une occasion idéale de se rencontrer et d'examiner ensemble les possibilités d'alliances commerciales. La rencontre comprendra des séminaires consacrés aux secteurs prioritaires et aux partenariats privés, ainsi qu'au climat macroéconomique et au milieu des affaires.

« La Turquie vit un moment décisif de son histoire, souligne Richard Ross, président du CACT. Au nombre des réformes économiques et politiques entreprises ces dernières années, on peut citer les mesures visant à réduire considérablement la dette et le déficit, à ralentir l'inflation et à réformer les structures institutionnelles, de même que les programmes de privatisation et la promotion de l'investissement. Tout cela a contribué à stabiliser et à assainir l'économie. »

La rencontre du 10 mai se déroulera dans le cadre d'une mission commerciale multisectorielle qui aura lieu du 7 au 11 mai 2007. Après son arrivée à Ankara, la délégation se rendra dans d'autres grandes villes de la Turquie.

Selon les organisateurs, la mission permettra aux participants de rencontrer des chefs d'entreprises dans leur propre secteur et des dirigeants politiques et économiques turcs afin de se familiariser avec le climat politique et le régime juridique du pays. Elle permettra en outre de soulever des points importants qui pourront faciliter les activités commerciales dans le pays à l'avenir. Les délégués pourront aussi rencontrer leurs homologues turcs pour discuter d'éventuels partenariats dans d'autres pays de la région.

« La conférence et la mission donneront un aperçu complet des débouchés que les entreprises canadiennes peuvent saisir, déclare Yves Brodeur, l'ambassadeur du Canada en Turquie. Elles permettront également aux participants de faire valoir à la fois leurs produits et services et leurs atouts en tant que partenaires et investisseurs éventuels dans la région.

La Turquie se transforme présentement en une économie de marché émergente de très haut calibre. Selon Suzanne Drisdelle, déléguée commerciale à l'ambassade du Canada à Ankara, les

entreprises turques se tournent vers l'Europe et l'Amérique du Nord pour trouver des partenaires commerciaux, des sources de financement et des fournisseurs pour toute une gamme de produits, de sorte que ce pays est en train de devenir un important pôle d'attraction pour les entreprises et les investisseurs.

Richard Ross et Yves Brodeur affirment tous deux que le gouvernement turc actuel s'emploie à supprimer les obstacles à l'investissement, en particulier en ce qui concerne le code commercial, les procédés d'enregistrement et la gouvernance des entreprises, et qu'il intensifie ses activités de promotion des investissements. Ces initiatives aident la Turquie à se positionner en vue d'une éventuelle adhésion à l'Union européenne.

On trouve en Turquie de nombreux débouchés correspondant à ce que l'industrie canadienne peut offrir, et les organisateurs espèrent que la mission attirera des entreprises bien établies de tous les secteurs de l'économie canadienne.

Les débouchés sont très prometteurs dans l'énergie, l'agriculture, l'agroalimentaire, les mines, le logement et les technologies de l'information et des communications. D'autres secteurs — l'aérospatiale, la défense, l'environnement, les médias, la finance et l'enseignement — recèlent aussi des possibilités intéressantes.

Le Canada entretient avec la Turquie des rapports commerciaux vigoureux et dynamiques. L'investissement canadien dans ce pays se chiffre à environ 800 millions de dollars, se concentrant principalement dans les télécommunications, l'agroalimentaire, les mines, le logement et les médias. Les échanges bilatéraux ont presque triplé depuis une dizaine d'années pour dépasser 1,1 milliard de dollars en 2005. On s'attend à ce qu'ils continuent de s'accroître.

Il faut s'inscrire à la conférence et à la mission d'ici le 20 avril 2007.

Renseignements sur la conférence et la mission commerciale : www.ctbc.ca ou Aida Viveiros, administratrice de la conférence et de la mission du CACT, Manufacturiers et Exportateurs du Canada, tél. : 905-672-3466, courriel : aida.viveiros@cme-mec.ca.

Renseignements sur les débouchés qu'offre la Turquie aux entreprises canadiennes : Catherine Gosselin, ambassade du Canada en Turquie, tél. : (011-90-312) 409-2773, courriel : catherine.gosselin@international.gc.ca, ou Suzanne Drisdelle, ambassade du Canada, tél. : (011-90-312) 409-2778, courriel : suzanne.drisdelle@international.gc.ca, ou encore David Clendenning, Affaires étrangères et Commerce international Canada, tél. : (613) 996-4484, courriel : david.clendenning@international.gc.ca.



Des compétences à l'international

Vancouver, 1^{er} et 2 avril 2007 > Lors de son congrès national, le Forum pour la formation en commerce international (FITT) permet aux gens d'affaires d'acquérir des compétences, de créer des contacts et d'apprendre à résoudre des problèmes dans la pratique quotidienne des activités commerciales internationales.

Depuis plus de 10 ans, cette organisation canadienne offre aux individus et aux entreprises une formation destinée à les aider à affronter le marché mondial. Le FITT est une initiative mixte des secteurs public et privé, visant à établir des normes nationales de formation et d'accréditation professionnelles en commerce international.

Pour aider les gens d'affaires à réussir dans l'arène internationale, le FITT a mis au point un programme de développement de compétences qui consiste à déceler et à analyser les questions auxquelles les personnes engagées dans le commerce international font face tous les jours. Les programmes du FITT sont offerts par l'entremise de collègues communautaires, d'universités et d'organisations privées, ainsi que sur l'internet.

« Les professionnels du commerce international se rendent vite compte que, pour sortir vainqueur sur le marché mondial, il faut être adepte et posséder des compétences en tout genre à l'égard d'une vaste gamme de questions, explique Caroline Tompkins, la présidente du FITT. Les participants à nos programmes vont au-delà de la théorie pour se pencher sur des aspects concrets du commerce international — repérage de nouveaux marchés et de nouveaux débouchés, mesures à prendre quant aux besoins accrus en sécurité et à l'atténuation des risques, etc. »

Les professionnels en commerce mondial peuvent également se voir accorder la désignation de Professionnel accrédité en commerce international (PACI), qui confirme leurs compétences et leur expérience. Cette désignation est reconnue comme étant la principale accréditation professionnelle dans ce domaine.

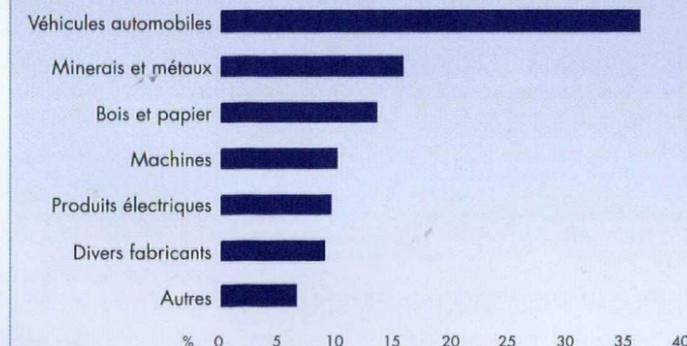
« Mon employeur sait qu'en obtenant cette désignation, je me suis engagée à acquérir et à entretenir une bonne connaissance des dossiers du commerce mondial, souligne Julie Lalonde, de l'Agence canadienne de développement international. Cette accréditation me confère immédiatement une crédibilité plus grande. »

Renseignements : www.fitt.ca; tél. : 1 800 561-3488.

La part du Canada baisse dans les importations américaines : ne blâmez pas la Chine

La part des produits canadiens dans les importations américaines de marchandises, qui a atteint un sommet de 19,8 % en 1996, a diminué depuis pour se situer à 17,4 % en 2005, tandis que celle des produits chinois est passée de 6,5 à 14,5 %. Pourtant, ce n'est pas la Chine qu'il faut attribuer la majeure partie de cette baisse. Les deux tiers de cette dernière se trouvent dans des secteurs ou sous-secteurs où la Chine n'a pas enregistré de gains substantiels (le bois d'œuvre, par exemple). Le secteur des véhicules motorisés représente à lui seul 36 % de la perte du Canada, mais ce sont la Corée et l'Allemagne, et non pas la Chine, qui ont vu leur part du marché américain s'accroître sensiblement. Là où la Chine a gagné du terrain, ça n'a pas forcément été aux dépens du Canada, car d'autres pays ont aussi vu leur part diminuer. S'il y a lieu de se préoccuper de la baisse de la part du Canada dans les importations américaines, ce n'est toutefois pas la Chine qu'il faut blâmer.

Baisse de la part du Canada dans les importations américaines par secteur (ventilation de la baisse de 2,4 points entre 1996 et 2005)



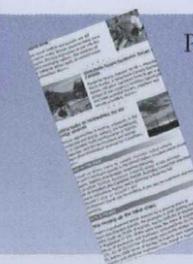
Données : commerce de marchandises, World Trade Atlas; U.S. Department of Commerce, Bureau of Census.

Le rapport intégral est disponible à http://international.gc.ca/eet/pdf/Analytical_Report_Comp_China-fr.pdf.
Source : Bureau de l'économiste en chef, Affaires étrangères et Commerce international Canada (www.international.gc.ca/eet).

LE NOUVEAU CANADEXPORT

Nous vous le livrons à votre bureau tous les quinze jours!

Les nouveaux abonnés peuvent s'inscrire directement sur canadexport.gc.ca.



Pour renouveler votre abonnement, il suffit de nous envoyer votre numéro d'abonné* par courriel à canad.export@international.gc.ca. C'est simple comme bonjour.

* Dernière page, sur l'étiquette d'envoi.