

## Un lancement gagnant pour l'ACAP



Daniel Parker (Lakehead University) et Trevor McPherson (Seneca College of Applied Arts and Technology), deux étudiants ayant participé à la mission de l'Équipe Canada de 1997, en compagnie du premier ministre Jean Chrétien à Séoul, en Corée.

Équipe Canada a toujours récolté du succès en cours de route à l'extérieur, et sa dernière mission le confirme.

La mission commerciale d'Équipe Canada en Corée du Sud, aux Philippines et en Thaïlande, du 9 au 20 janvier, a rapporté des contrats de 2,1 milliards de dollars aux entreprises canadiennes. Les expériences acquises et les contacts établis par les participants, en particulier les jeunes délégués de la mission, profiteront au Canada, pour bien des années à venir.

Le secrétaire d'État (Asie-Pacifique), M. Raymond Chan, est convaincu que la présence de jeunes Canadiens est un élément déterminant de la participation du Canada aux initiatives de l'Asie-Pacifique. « Nous pensons à l'avenir du Canada lorsque nous nous tournons vers l'Asie-Pacifique, a déclaré M. Chan. Aussi, les jeunes Canadiens sont-ils les plus grands intervenants de l'ensemble de l'exercice. Comme nous nous attaquons aux enjeux du développement social et humain liés à la coopération économique dans la région, leur passion et leur créativité seront des facteurs déterminants de notre réussite. »

Première manifestation de l'Année canadienne de l'Asie-Pacifique, la mission commerciale a souligné l'importance de la région pour la prospérité future du pays.

« C'était merveilleux, absolument merveilleux, de dire M<sup>me</sup> Lisa Marie Schwartz, une jeune entrepreneure, présidente de l'agence de mannequins The Edge Models and Talent de Regina. Ce voyage m'a permis de raffermir des contacts qui ouvriront plus de débouchés à l'avenir. Mes clients ont été impressionnés. Ils ont constaté que je n'étais pas là uniquement en tant que particulier, mais que le Canada me secondait, dans le vrai sens du terme. »

Les incidences positives d'Équipe Canada ont été ressenties par une autre participante, M<sup>me</sup> Bipasha Choudhury, qui s'y trouvait à titre d'étudiante, représentant l'Université de Waterloo.

« Les possibilités de créer des réseaux au profit de l'université ont été très bonnes, dit-elle, et il est bon que nous profitions des contacts pour enrichir la vie et l'environnement universitaires. »

« Parallèlement, continue-t-elle, nous sentons que nous représentons plus que notre entreprise ou notre institution. Nous représentons le Canada et montrons aux populations de ces pays ce que c'est que d'être Canadien. »

« Le fait qu'un certain nombre de jeunes Canadiens y aient pris part a été déterminant, poursuit M<sup>me</sup> Choudhury. Nous étions là pour travailler et pas seulement pour accompagner. L'importance qu'on nous a accordée a été, je pense, une agréable surprise pour les gens de là-bas. »

Pour les entreprises canadiennes de toutes tailles et pour les participants canadiens de tous âges, la mission d'Équipe Canada en Corée du Sud, aux Philippines et en Thaïlande a été un grand coup d'envoi pour l'Année canadienne de l'Asie-Pacifique.

## Équipe Atlantique s'inspire d'Équipe Canada

Les chefs des gouvernements fédéral et provinciaux se sont associés pour vendre le Canada à l'Asie. Voici que la formule sera empruntée pour vendre aux Canadiens de la région de l'Atlantique l'idée de faire des affaires en Asie.

Le ministre du Commerce international, M. Art Eggleton, auquel se joindront les premiers ministres de Terre-Neuve, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard, ainsi que le secrétaire d'État (Asie-Pacifique), M. Raymond Chan, participeront à une série de séminaires d'affaires sur l'Asie qui auront lieu à St. John's, Halifax, Fredericton et Charlottetown, du 17 au 25 mars.

« Les chefs de gouvernement veulent informer davantage la région atlantique du Canada du potentiel qu'offrent les marchés asiatiques. Les séminaires d'affaires sur l'Asie doteront les entrepreneurs des moyens et des contacts nécessaires pour trouver des débouchés en Asie-Pacifique et pour commencer à faire des affaires dans cette région », a déclaré M. Eggleton.

M<sup>me</sup> Teresa Lush, vice-présidente de Survival Systems Group de Dartmouth, en Nouvelle-Écosse, faisait partie de la mission commerciale d'Équipe Canada qui s'est rendue en Corée du Sud, aux Philippines et en Thaïlande en janvier. « En ce moment, dit-elle, il n'y a pas beaucoup d'entreprises de la Nouvelle-Écosse qui exportent vers l'Asie. Leur nombre augmente certes, mais on n'est pas encore tout à fait arrivé à démystifier l'idée de faire des affaires dans cette région du monde. Il suffit toutefois d'aller en Asie pour sentir le dynamisme de cette région et les débouchés qu'elle représente. Le gouvernement fédéral et le gouvernement provincial nous ont beaucoup aidés durant les dix années où nous nous sommes implantés là-bas. »



à gauche : le vice-président d'ALLSCO M. Ron Roper, et M. Gordon Lahanky, président d'ALLSCO (derrière la fenêtre), dirigent un groupe d'acheteurs japonais au cours d'une visite des installations de leur usine à Moncton, Nouveau-Brunswick, afin de leur montrer la qualité des produits qui y sont fabriqués.

Survival Systems Group est rentré de la toute dernière mission d'Équipe Canada en Asie avec une autre entente de coentreprise dans la région : un projet de 10 millions de dollars pour exploiter un institut de formation de survie en eau profonde à Bangkok.

Les cas de réussites et les stratégies gagnantes seront les éléments centraux des séminaires. Des diplomates et des agents commerciaux canadiens seront sur place pour démystifier le marché de l'Asie et pour conseiller les exportateurs de l'Atlantique. Les ambassadeurs au Japon et en Thaïlande, MM. Donald Campbell et Manfred Von Nostitz, ainsi que des délégués commerciaux canadiens en poste dans plusieurs pays clés de l'Asie, prendront une part active à chacun des séminaires.

« Nos priorités pour ce qui est des séminaires sont claires, a déclaré M. Eggleton. Nous voulons informer les gens des débouchés que la région de l'Asie-Pacifique représente pour les entreprises de tous les coins du Canada. Et nous voulons aider les petites et moyennes entreprises à atteindre leur potentiel d'exportation. »

Le gouvernement du Canada, par l'entremise de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), du

ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, s'est uni aux quatre provinces de l'Atlantique, dans le cadre de l'Entente de coopération Canada-provinces de l'Atlantique sur la promotion du commerce extérieur, pour organiser les séminaires. Des représentants d'entreprises de l'Atlantique qui ont remporté du succès dans les missions d'Équipe Canada en Asie-Pacifique, notamment le tout dernier voyage en Corée du Sud, aux Philippines et en Thaïlande, dirigeront en grande partie les séminaires.

### Lieux et dates des séminaires :

17 et 18 mars	St. John's
19 et 20 mars	Halifax
21 et 22 mars	Fredericton
24 et 25 mars	Charlottetown



Plus de 30 entreprises du Canada atlantique ont participé à la mission commerciale de l'Équipe Canada, en janvier 1997.

## L'art franchit l'océan

Le Canada, à travers les yeux de jeunes artistes de la Nouvelle-Écosse, sera présenté à la Galerie d'art des jeunes d'Osaka, du 17 au 30 mars. Des oeuvres originales de 150 jeunes de la province ont été réunies par la galerie d'art de l'Université Mount Saint Vincent, à Halifax, et seront expédiées au Japon pour y être exposées.

Le Programme de relations culturelles internationales (PRCI) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international accorde un soutien pour des projets dans les domaines des arts et de l'enseignement supérieur, comme le projet d'échanges d'oeuvres d'art de jeunes de Halifax et d'Osaka. Tout au long de l'ACAP, de jeunes artistes du Japon auront aussi l'occasion de venir au Canada.

« La promotion de la culture canadienne à l'étranger constitue l'un des trois piliers de la politique étrangère du Canada, a expliqué le ministre des Affaires étrangères, M. Lloyd Axworthy. Je me réjouis particulièrement de ce que ce projet fasse connaître le talent de jeunes Canadiens à l'un de nos plus importants partenaires de l'Asie-Pacifique. »

Le PRCI, dont le budget annuel se chiffre à 4,6 millions de dollars, vise à accentuer l'image positive du Canada à l'étranger, à nouer des relations fructueuses avec des artistes et des producteurs d'autres pays ainsi qu'à promouvoir l'exportation des produits culturels canadiens.