

Les jeunes du Canada - suite de la page 1

marché, sciences et technologie, développement durable, organisation matérielle de missions commerciales et politique commerciale.

Par exemple, le Langara College est parvenu à placer une cinquantaine de jeunes dans des organismes du secteur privé en Amérique latine, essentiellement dans les domaines de la commercialisation, des finances, des études de marché, de l'ingénierie, du graphisme et de la conception de sites Web. L'Université du Québec à Montréal a organisé plus de 75 placements en commerce international, principalement en Afrique, en Europe et en Amérique latine.

Le Centre for Russian and Eastern European Studies de l'Université de Toronto a placé plus de 150 jeunes professionnels au sein d'entreprises d'Europe orientale et de Russie, dans des postes qui leur permettront de se perfectionner et de poursuivre une carrière internationale. Ces partenariats créent des réseaux et permettent l'échange d'informations et d'idées nouvelles entre les milieux universitaires et les milieux d'affaires, facilitant ainsi la création de liens en matière de commerce et d'investissement dans la région.

Marta Filipczak, jeune diplômée qui travaille actuellement en Hongrie dans le cadre de ce programme,

estime que cet emploi à l'étranger lui a justement apporté ce qu'il lui fallait pour se lancer sur le marché du travail une fois ses études universitaires terminées. « La perspective de retourner au Canada en vue d'y occuper un emploi m'inquiète moins qu'au moment de l'obtention de mon diplôme. »

Après leur placement, certains participants au programme JPI continuent de travailler à l'étranger; ils servent ainsi de point de contact au sein du réseau international du Canada. D'autres reviennent travailler au pays, forts de compétences nouvelles : connaissance des langues, familiarité avec d'autres cultures et milieux commerciaux et capacité peu commune de s'adapter à un marché du travail en évolution. Dans tous les cas, leur présence à l'étranger nous rappelle sans cesse non seulement la capacité d'innovation et la vitalité du Canada, mais aussi son engagement envers la communauté internationale.

À chaque automne, les entreprises et les organisations intéressées sont invitées à présenter une demande au programme JPI. Les subventions sont accordées en avril, et la plupart des placements débutent en juin de chaque année. Les entreprises qui souhaitent profiter de l'expérience internationale d'un ancien stagiaire peuvent faire parvenir une courte description de poste à l'adresse ypi-jpi@international.gc.ca.

Renseignements : www.international.gc.ca/ypi-jpi.

Mission commerciale en Europe centrale

Ottawa > Mark Eyking, secrétaire parlementaire du ministre du Commerce international, dirigera en Europe centrale une délégation d'entreprises canadiennes triées sur le volet pour recueillir des renseignements sur les marchés et trouver des débouchés. La délégation se rendra en Hongrie, en République tchèque et en Pologne, du 3 au 9 novembre.

La mission portera sur les industries du transport et de l'environnement dans ces trois pays. En outre, les sociétés intéressées par les produits de construction, les technologies

de communication et d'information et l'agroalimentaire sont invitées à se joindre à M. Eyking en Hongrie et en République tchèque. La mission comportera des séminaires, des visites de sièges d'investissements canadiens dans la région, des activités de réseautage et des rencontres organisées dans le but de répondre aux attentes spécifiques des entreprises.

Renseignements : Tammy Ames, déléguée commerciale pour l'Europe centrale, Commerce international Canada, tél. : (613) 996-7107, courriel : tammy.ames@international.gc.ca.

RÉDACTION

Yen Le, Aaron Annable,
Jean-Philippe Dumas

SITE WEB

www.canadexport.gc.ca

ABONNEMENT

Tél. : (613) 992-7114
Télec. : (613) 992-5791
canad.export@international.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines. Convention de la poste-publication n° 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à : **CanadExport (BCS)** 125, promenade Sussex Ottawa (Ontario) K1A 0G2



CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada. Tirage : 54 000 exemplaires

Also available in English.

ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CanadExport.

matt & nat fait la conquête du marché européen

Montréal > Via Vegan est une entreprise d'accessoires de « mode végétalienne » qui obtient beaucoup de succès. C'est cette entreprise de Montréal qui est derrière la marque matt & nat. Alors qu'il étudiait à l'Université Concordia, le fondateur de l'entreprise, Inder Bedi, a eu l'idée de répondre à la demande grandissante de produits et accessoires de mode « sans cruauté envers les animaux ». Bedi a constaté qu'il y avait un important vide à combler sur ce marché. Il a donc ciblé ce créneau qui allie la culture végétalienne et la mode en créant des sacs de similicuir très chics selon une approche respectueuse de l'environnement tant sur le plan de la conception des produits que des matières utilisées.

Il y a quatre ans, Manny Kohli s'est associé avec Inder Bedi et a fait bénéficier matt & nat de son expertise dans la vente et la logistique. C'est notamment grâce à lui que l'entreprise a pu franchir l'étape suivante. Combinant ses talents, le duo a su implanter une marque dont le style particulier est apprécié autant des végétariens que des non-végétariens. La marque matt & nat est offerte partout aux États-Unis et au Canada chez plusieurs détaillants bien connus comme Caban, Browns et Fred Segal.

En 2004, matt & nat était prête à lancer sa ligne de produits à l'extérieur du marché nord-américain. Avant de s'installer en Europe, Bedi et Kohli ont voulu tester leurs sacs sur les

marchés européens. Après avoir évalué diverses possibilités, ils ont décidé de présenter leurs sacs dans un salon professionnel à Londres. Cette première exposition s'est avérée un immense succès. L'intérêt suscité par leurs produits, ainsi que le nombre de commandes obtenues, ont dépassé de loin toutes leurs attentes. C'est à ce moment-là qu'ils ont décidé d'ouvrir un bureau à Londres. En 2005, ils ont fait un investissement important et exposé leurs produits dans plusieurs salons dans tout le Royaume-Uni. Des contacts ont été établis, ce qui leur a permis de trouver une salle d'exposition pour présenter leur collection. Un entrepôt au Royaume-Uni s'occupe maintenant de la distribution des produits aux clients européens; les deux hommes ont vite compris que leurs clients voulaient examiner la collection la plus récente à leur guise, sans payer de frais d'envois internationaux.

À ce jour, plus de 70 magasins en Europe offrent la collection matt & nat. Cela aurait été impossible sans établir une présence au Royaume-Uni. Pari tenu : matt & nat est là pour rester!

Renseignements : matt & nat, courriel : info@mattandnat.com, site Web : www.mattandnat.com.

**Russie et Ukraine** - suite de la page 1

Russie ont augmenté de 24 % en 2004 et à nouveau de 47 % au cours des sept premiers mois de 2005, la plupart des gains étant enregistrés dans les secteurs de la machinerie et des produits alimentaires.

Le Canada veut contribuer à bâtir l'avenir économique de la Russie, notamment en œuvrant en faveur de son accession à l'OMC. Les pourparlers bilatéraux en ce sens se sont poursuivis à Moscou, et des progrès importants ont été réalisés. L'accès des produits agricoles canadiens au marché russe demeure l'une des grandes questions en suspens.

La similitude des climats, les ressources naturelles, les terres agricoles et la géographie font du Canada et de la Russie des partenaires complémentaires dans plusieurs secteurs, notamment l'énergie, les mines et la métallurgie, les transports ainsi que les technologies d'information et de communication.

À Kiev, le ministre Peterson a rencontré le premier ministre Yuriy Yekhanurov ainsi que le ministre de l'Économie, Arseniy Yatseniuk, et le ministre des Affaires étrangères, Boris Tarasiuk. Il a participé également à une réunion du Club d'affaires canadien.

Le commerce bilatéral avec l'Ukraine s'est chiffré à 218 millions de dollars en 2004. Le total des exportations canadiennes en Ukraine a atteint 57 millions de dollars en 2004, soit une augmentation de 83 % par rapport à 2002. Les exportations de janvier à juillet de cette année sont à nouveau en hausse de 23 %. Les principales exportations du Canada vers l'Ukraine sont la machinerie agricole, les véhicules, les textiles, les produits pharmaceutiques et les produits de la mer.

Il existe un potentiel commercial important pour les produits et services canadiens dans les secteurs de l'agriculture, du pétrole et du gaz, de la construction ainsi que de l'information et des communications. Le potentiel à long terme de l'Ukraine en tant que nouveau partenaire du Canada est immense; et il est temps que le Canada se positionne sur ce marché, à l'heure où l'Ukraine amorce la déréglementation de son économie et jette les bases d'une nouvelle structure économique en collaboration avec ses partenaires internationaux.

L'intensification des relations commerciales entre le Canada et l'Ukraine ne manquera pas de susciter l'intérêt de la diaspora canado-ukrainienne qui se réjouit du fait que le Canada a toujours été un fervent défenseur de l'indépendance et de la démocratie ukrainiennes.

Renseignements : www.moscow.gc.ca et www.kyiv.gc.ca.