

Mission sur les télécommunications en Afrique orientale

Une mission commerciale sur les télécommunications, organisée récemment par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en Afrique orientale, a confirmé trois faits importants : un intérêt marqué pour les produits canadiens, un très grand nombre d'occasions en or pour les entreprises canadiennes, et la disponibilité de financement pour appuyer les efforts de commercialisation canadiens.

Les télécommunications sont une priorité du MAECI

Le MAECI a désigné le secteur des télécommunications comme secteur prioritaire en Afrique (les exportations représentent 40 % des ventes totales du Canada dans le domaine des télécommunications) et a parrainé plusieurs événements au cours des dernières années en vue d'évaluer le marché et d'y promouvoir les produits et les services canadiens.

Les entreprises canadiennes ont déjà fait des percées importantes sur ce marché, mais il y a encore un très grand nombre d'occasions considérables, particulièrement pour les sociétés qui ne se laissent pas dépasser par la concurrence.

Constatations positives

En novembre 1995, une mission commerciale en Éthiopie, au Kenya et en Ouganda, organisée par le MAECI et portant sur les télécommunications, a permis de découvrir que, bien que les besoins en télécommunications de ces pays en soient à des stades différents, ces derniers partagent un but commun : accroître leur réseau rural et incorporer les services les plus perfectionnés à leur système existant.

Non seulement les pays s'intéressent-ils à la technologie canadienne, mais la mission a trouvé que le moment est propice pour que les sociétés canadiennes nouent des relations et commencent à entreprendre des travaux préparatoires. (SEGITEL, une des entreprises qui ont participé à la mission, étudie maintenant des propositions et a présenté plusieurs soumissions.) Les rencontres avec des agents éventuels dans les trois pays ont révélé que l'on est conscient de l'expertise canadienne et qu'on souhaite en tirer profit.

Appui financier

La mission a également permis de se rendre compte que le Canada semble bien placé pour répondre à un besoin,

à un moment où il y a à la fois de l'intérêt et un appui financier.

La Société financière internationale (SFI), institution de la Banque mondiale qui a pour objet de promouvoir la productivité du secteur privé, ainsi que l'agence d'investissement de l'Aga Khan (Services de la promotion industrielle), ont toutes deux désigné les télécommunications comme domaine prioritaire et sont prêtes à investir, immédiatement, au Kenya et en Ouganda.

La privatisation se déroule rapidement, particulièrement en Ouganda, et des licences ont été délivrées pour la radiomessagerie, la

radiocellulaire et les réseaux de radiotéléphonie privés.

Personnes-ressources

Pour plus de renseignements sur les débouchés dans ces pays, communiquez avec Elaine Butcher, MAECI, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, Ottawa, tél. : (613) 944-6586; fax : (613) 944-7437, ou communiquez directement avec la mission appropriée : **Éthiopie**, tél. : (011-251-1) 713022; fax : (011-251-1) 713033; **Kenya**, tél. : (011-254-2) 214-804; fax : (011-254-2) 226-987/216-485; **Ouganda** (voir Kenya).

Postes disponibles

L'aventure Disney anime le Canada

L'ouverture au Canada, ce mois-ci, par Walt Disney Animation Canada Inc., d'un studio ayant des bureaux à Vancouver et à Toronto, n'est pas qu'une mince affaire.

Le studio — où travailleront 200 artistes — est le point culminant de près de trois années de planification par la société Disney, le gouvernement fédéral du Canada et les gouvernements de la Colombie-Britannique et de l'Ontario.

L'installation, qui favorisera le développement économique et artistique du Canada, réalisera une programmation vidéo diffusée directement à domicile et, peut-être, des films de cinéma.

La programmation sera réalisée en collaboration avec Walt Disney Television Animation, le réalisateur de *The Return of Jafar* et de *A Goofy Movie*, le vidéo diffusé directement à domicile dont les ventes ont connu un succès sans précédent.

De dire M. Tom Ruzicka, vice-

président principal, Walt Disney Television Animation : « C'est un grand jour lorsqu'on peut annoncer que l'extraordinaire bassin de compétences qui se trouve au nord de nos frontières va se joindre à nos studios des États-Unis, de l'Australie et du Japon pour faire de nous une famille de l'animation véritablement internationale. »

Ah oui, il ne faut pas oublier l'emploi!

Des postes sont offerts dans tous les secteurs de l'animation, y compris des chefs-animateurs, des animateurs, des intervallistes, des dessinateurs-créeurs, des éditeurs de scénarimage, des maquettistes, des spécialistes de la couleur ainsi qu'une équipe de réalisation numérique avec encre et peinture.

Les artistes que ces emplois intéressent peuvent communiquer avec Walt Disney Animation Canada Inc. en composant le numéro d'assistance téléphonique 1-800-369-7292.

NOUVELLE-ANGLETERRE

LA NOUVELLE-ANGLETERRE : UN MARCHÉ CLÉ POUR L'EST DU CANADA

La région de la Nouvelle-Angleterre — qui, dans le présent rapport, comprend le Massachusetts, le Maine, le New Hampshire, le Rhode Island et le Vermont — est une destination importante pour les exportations canadiennes, surtout pour celles qui viennent de la région de l'Atlantique et du Québec. En termes absolus, le Canada vend 50 % de plus à la Nouvelle-Angleterre qu'il n'en achète.

APERÇU DE L'ÉCONOMIE DE LA NOUVELLE-ANGLETERRE

Durant la majeure partie des années 80, la Nouvelle-Angleterre a connu une croissance rapide, grâce à la prospérité de son secteur de la haute technologie, à l'expansion des services financiers et à la hausse des dépenses dans le secteur de la défense.

En raison de la récession qui a sévi durant la seconde moitié de la décennie, la région s'est trouvée aux prises avec une baisse importante des dépenses dans le secteur de la défense et elle a perdu certaines de ses principales entreprises manufacturières, de sorte qu'elle est sortie de la récession beaucoup plus lentement que l'ensemble du pays.

Ces dernières années, la région a connu une bonne amélioration, si l'on se fie à l'emploi comme indicateur, le taux de chômage étant tombé de 8 % en 1992 à 5,9 % en 1994. Cette baisse est attribuable avant tout à la force du secteur non manufacturier, en particulier des services commerciaux. (Les nombreux emplois perdus dans les secteurs de la défense et des soins de santé — en raison de la consolidation — et, en particulier, dans le secteur manufacturier, n'ont jamais vraiment été récupérés.)

En Nouvelle-Angleterre, l'emploi devrait croître régulièrement dans tous les secteurs au cours des quatre prochaines années, et le taux de chômage devrait descendre à 5,4 % en 1998. Sur une base annuelle, l'emploi devrait continuer de croître, mais à un taux moindre que celui de 2 % enregistré actuellement. La Nouvelle-Angleterre s'efforce énergiquement de sortir d'une longue récession et l'avenir lui réserve une croissance moyenne, d'après des indicateurs impressionnants, comme la hausse de 8 % du revenu des particuliers observée depuis 1991.

PROFIL DU COMMERCE NOUVELLE-ANGLETERRE-CANADA

Le commerce est à la hausse entre le Canada et la Nouvelle-Angleterre, en raison du taux de change avantageux du dollar canadien et de la vigueur de l'économie de la Nouvelle-Angleterre.

La région ne représente que 6,6 % de l'ensemble des échanges bilatéraux entre le Canada et les États-Unis. Toutefois, ce pourcentage est loin d'être sans importance, compte tenu du fait que la Nouvelle-Angleterre ne fait pas partie du réseau du Pacte de l'automobile.

Plus de 70 % des exportations de la région de l'Atlantique sont destinées au marché de la Nouvelle-Angleterre. La région est également un des grands marchés du Québec, grâce aux rapports solides établis par les plus de 700 000 habitants de la Nouvelle-Angleterre qui sont de descendance canadienne-française.

Les données statistiques confirment le fait que les exportations et les importations entre la Nouvelle-Angleterre et le Canada croissent à des rythmes plus proches l'un de l'autre que ceux observés entre le Canada et l'ensemble des États-Unis. En effet, les exportations du Canada vers la Nouvelle-Angleterre ont augmenté de 13 % entre 1993 et 1994 et les importations venant de la Nouvelle-Angleterre se sont accrues de 14 %.

En termes absolus, cependant, le Canada vend 50 % de plus à la Nouvelle-Angleterre qu'il n'en achète. Pour ce qui est du contenu, on voit d'après les trois principales exportations du Canada (produits de télécommunications, bureautique, produits pétroliers) et les trois principales importations du Canada (tubes et semi-conducteurs électroniques, ordinateurs, moteurs et pièces

d'aéronefs) que des produits très perfectionnés, à forte valeur ajoutée sont à la base des rapports commerciaux.

RAPPORTS FINANCIERS NOUVELLE-ANGLETERRE-CANADA

Au fil des ans, la Nouvelle-Angleterre et le Canada ont connu des rapports financiers très actifs. Soixante-douze entreprises canadiennes ont des bureaux ou des usines en Nouvelle-Angleterre, allant de Fisheries Products International, Cognos, Mitel Corp. et McCain Foods à Québecor, Bombardier Inc., John Labatt et les Pharmacies Jean Coutu.

Le plus important investissement canadien des douze derniers mois a été réalisé par les Pharmacies Jean Coutu, qui ont fait l'acquisition de 221 points de vente de la société Brooks Drugstore en Nouvelle-Angleterre, pour ainsi devenir la deuxième chaîne de produits pharmaceutiques en importance en Nouvelle-Angleterre.

L'investissement d'entreprises de la Nouvelle-Angleterre (95 bureaux ou usines) au Canada est tout aussi impressionnant, les plus connues allant de Raytheon, Digital et Data General à Gillette, John Hancock Insurance, Staples Inc. et Spalding Sports.

L'investissement de la société Digital a été un des mieux accueillis parmi les investissements faits au Canada par des entreprises de la Nouvelle-Angleterre. La société a pris une décision clé en 1992 lorsqu'elle a choisi la ville de Kanata, en Ontario, comme lieu de fabrication de sa nouvelle gamme de PC destinée au marché nord-américain. Kanata l'a emporté sur des villes américaines et mexicaines.

Voir page 9 —

La Nouvelle-Angleterre