

Service de commercialisation de produits agroalimentaires

(Suite de la page 1)

compte du rôle du MAECI dans l'administration du programme à l'étranger et de l'expertise agroalimentaire d'AAC et des ressources accrues qui lui ont été affectées pour le développement du commerce.

Un principe clé du SCAI est un plus grand partenariat MAECI-AAC qui fournit à l'exportateur agroalimentaire un service continu, depuis sa toute première demande de renseignements jusqu'à sa réussite commerciale sur le marché étranger. Il n'y a pas de frontières ministérielles au niveau du service fourni : c'est un service Équipe Canada où le rôle de tous les intervenants fédéraux est coordonné efficacement.

Voici, plus précisément, en quoi consiste le SCAI.

Description du SCAI

Le SCAI est un centre de liaison pour les exportateurs de produits agroalimentaires qui souhaitent se procurer de l'information commerciale et des renseignements sur les marchés internationaux et les débouchés, obtenir des conseils en matière de commerce d'exportation, et bénéficier de programmes d'appui à l'exportation.

Il n'est donc pas nécessaire de chercher parmi une multitude de numéros de téléphone du MAECI ou d'Agriculture et Agroalimentaire Canada — les deux ministères sont partenaires pour ce service! Un appel au SCAI donne accès aux services suivants :

***Renseignements sur les marchés et information commerciale** — Ces renseignements sont adaptés pour répondre aux besoins des utilisateurs, et sont fournis par le réseau Info-Agro Export, service pancanadien d'information électronique, et par les spécialistes de l'agroalimentaire en poste dans les principaux marchés un peu partout dans le monde. Des centaines d'experts, de bibliothèques et de banques de données sont prêts à fournir aux membres de l'industrie des renseignements détaillés et des conseils sur les débouchés. Le SCAI peut donner accès à une foule de rapports sur les marchés, par pays et par produit.

***Fonds agroalimentaire des délégués commerciaux** — Les agents commerciaux d'Agriculture et Agroalimentaire Canada peuvent recourir à ce fonds pour financer des initiatives qui seront profitables aux exportateurs canadiens. Ce fonds est un mécanisme de financement souple et rapide de projets qui ne s'insèrent pas dans les programmes existants. Il offre en outre aux agents commerciaux la possibilité d'entreprendre des projets qui reposent sur leur connaissance des marchés locaux et qui contribueront au succès des exportateurs de produits agroalimentaires sur ces marchés.

***Commerce agroalimentaire 2000** — Il s'agit d'une composante essentielle du SCAI qui regroupe les programmes de contributions antérieurs en matière d'expansion du commerce et de développement des marchés. La plus grande partie du budget de cette composante va à des initiatives de développement des marchés par l'intermédiaire d'associations industrielles ou d'alliances.

***Matériel publicitaire sur le nouveau thème du Canada** — Ce matériel indique aux clients internationaux que les boissons et les produits alimentaires canadiens sont à l'image du pays — naturels, sains et purs — et qu'ils répondent à leurs attentes les plus élevées en matière de qualité, de pureté et de sûreté. Le nouveau thème assure aux produits agroalimentaires canadiens une présence uniforme et accrue sur les marchés d'exportation. Il a été intégré au pavillon qu'avait le Canada à ANUGA'95, l'une des plus importantes foires des aliments et des boissons en Europe.

***Foires commerciales et activités de promotion des aliments** — Le MAECI s'est joint à Agriculture et Agroalimentaire Canada pour concevoir, à l'échelle internationale, des expositions et des promotions ultramodernes de produits alimentaires. Une formation est en outre offerte afin que les entreprises du secteur canadien de l'agroalimentaire soient préparées convenablement à participer à ces activités.

***Formation des exportateurs** — Ce service vise à accroître le nombre d'entreprises canadiennes qui possèdent des capacités d'exportation, et qui sont prêtes à exporter. Agriculture et Agroalimentaire Canada, en collaboration avec les provinces, est en train de concevoir du matériel didactique qui constituera la base d'un système de formation spécialement axé sur l'exportation de produits agroalimentaires.

***Approche « Équipe Canada »** — Comme en témoignent les résultats enregistrés jusqu'à maintenant, qui permettent de dire que le Canada atteindra son objectif de 20 milliards de \$ d'exportations en l'an 2000, la stratégie de promotion du commerce international signifie une meilleure coordination des activités fédérales et provinciales adaptées aux besoins du secteur, notamment la conception de la nouvelle image des produits alimentaires canadiens sur les marchés étrangers.

Renseignements

Pour obtenir plus de détails sur le SCAI, communiquer avec M. Rod Johnson (AAC), tél. : (613) 759-7687, fax : (613) 759-7506; ou M. Gordon Parsons (MAECI), tél. : (613) 995-1773, fax : (613) 943-1103.

ASTEX

(Suite de la page 5)

sition, est en train de constituer un groupe d'exposants canadiens pour ASTEX 96. On peut communiquer avec UNILINK à 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ont.) M1S 5A8; tél. : (416) 291-6359; fax : (416) 291-0025.

Pour tout renseignement sur le programme qui sera préparé par l'ambassade du Canada à Riyad, communiquer avec M. Rick Clynick, MAECI, à Ottawa, tél. : (613) 944-5984; fax : (613) 944-7431; ou avec M. John Clapp, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288; fax : (011-966-1) 488-0137.

OCCASIONS D'AFFAIRES

CANADEXPORT invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

ÉGYPTE — Par l'entremise de son représentant au Canada, une entreprise égyptienne lance un appel d'offres à des sociétés pouvant fournir **2 900 tonnes de poutres et de poutrelles d'acier**. Les documents de préqualification doivent être envoyés à M. Magdi Kaldas, président, Egy-Can Trading & Agencies, 16 Falstaff Place, Victoria (C.B.), V9A 7A5, tél./fax : (604) 480-5144.

LIBAN — Une société pharmaceutique du Liban, qui obtiendra incessamment son accréditation ISO 9002, fabrique des solutions I.V., du matériel de perfusion, des circuits extra-corporels pour l'hémodialyse et des produits injectables. L'entreprise a pris connaissance de divers débouchés d'exportation en France et dans des pays voisins du Moyen-Orient. Elle aimerait **représenter une société pharmaceutique canadienne** qui produit du matériel à usage unique ou des produits injectables. Un accord de **coentreprise et d'aide technique** serait à envisager. Communiquer avec M. N.T. Tabet, Alfa Laboratories S.A.L., Sehaileh-Keserwan, Liban, tél. : (961-3) 345-062/345-068; fax : (961-1) 601-965 ou (961-9) 939-389.

MEXIQUE — Une société mexicaine est à la recherche d'un fournisseur canadien de **purée de tomate de marque Hot Break**. Voici les spécifications du produit recherché : concentration, 30/32 degrés Brix; emballage, sacs aseptiques dans des tonneaux en acier; poids net, 240 kg par tonneau; poids brut, 252 kg par tonneau; expédition, dans des conteneurs de 20 pieds renfermant 80 tonneaux chacun; quantité approximative, 200 tonnes métriques. Communiquer avec M. J. Antonio Pahnke, agent commercial, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (5) 724-7900; fax : (5) 724-7982.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société locale, qui représente avec succès les produits de deux entreprises canadiennes exportatrices en Nouvelle-Zélande, désire élargir le champ de ses activités et importer les produits de sociétés canadiennes qui ne sont pas représentés sur le marché néo-zélandais. La société est à la recherche de **produits, d'équipement ou de systèmes dans les domaines du génie ou de la foresterie** — ainsi que de **faibles capitaux à investir** dans la publicité. La société, qui bénéficie d'une assise commerciale bien

établie, possède de l'expérience dans l'importation de biens et de systèmes en provenance du Canada, une bonne connaissance des secteurs néo-zélandais du génie et de la foresterie, un bon réseau de relations dans ces secteurs, de bonnes capacités en matière de recherche de clients et des compétences techniques, le sens des affaires et de bons antécédents. Communiquer avec M. Trevor Butler, Frame Group Limited, P.O. Box 6963, Auckland, Nouvelle-Zélande, tél. : 64-9-307-6887; fax : 64-9-366-4440.

Lois visant à libéraliser l'économie des Philippines

Quatre lois ayant été adoptées récemment par le président Fidel Ramos devraient favoriser la déréglementation et la libéralisation de l'économie des Philippines et rendre, entre autres, améliorations, l'investissement dans ce pays plus intéressant.

Essentiellement, l'adoption de ces nouvelles lois signifie que :

des équivalents tarifaires remplaceront les contingents d'importation appliqués aux produits agricoles (à l'exception du riz);

le capital d'apport minimum des sociétés étrangères exerçant des activités sur le marché intérieur et les marchés étrangers passera de 500 000 \$ US à 200 000 \$ US, et les entreprises utilisant de la technologie de pointe et employant directement au moins 50 salariés bénéficieront d'une réduction supplémentaire, qui portera à 100 000 \$ US leur capital d'ap-

port minimum requis.

la liste C négative (qui portait notamment sur l'assurance, l'octroi de licences, les accords de distribution et le commerce) sera supprimée de la Loi de 1991 sur l'investissement étranger;

les importations de pétrole et l'établissement de nouvelles raffineries seront libéralisés et, en aval, la réglementation des prix du pétrole sera éliminée;

les consommateurs seront protégés par l'assurance que les taxes à l'importation applicables aux marchandises qu'ils achètent ont été acquittées par les importateurs.

On peut obtenir plus de renseignements au sujet de ces nouvelles lois auprès de la Philippine Trade Commission, 60 Bloor Street West, Suite 409, Toronto, M4W 3B8, tél. : (416) 967-1788; fax : (416) 967-6236.