

La conscience sociale des entreprises : un atout au Chili

Dans de nombreux pays, les entreprises exercent depuis longtemps des activités philanthropiques dans le milieu où elles sont établies parce qu'elles estiment que c'est souhaitable de le faire. Au Chili, les entreprises canadiennes font la preuve que de telles pratiques contribuent aussi au succès dans les affaires. C'est ce que révèle une étude récente portant sur l'incidence sociale de l'investissement canadien au Chili¹. Cinquante des principales entreprises canadiennes exerçant des activités au Chili ont été visées par cette étude. Avec des investissements totalisant plus de 9 milliards de dollars (6 milliards de dollars américains), ces entreprises aident à faire du Canada le troisième investisseur en importance au Chili.

Une de ces entreprises est Placer Dome, qui a des intérêts dans la mine d'or et d'argent Mantos de Oro, dans le Nord du Chili. Placer Dome a fait des investissements substantiels dans l'éducation de la communauté à tous les niveaux. Avec le concours de l'Université d'Atacama (principale université de la région), l'entreprise a contribué

à mettre sur pied le Centro de formación técnica Benjamin Teplizky, qui offre des cours de formation en technologie minière. D'autres sociétés minières, de même que le gouvernement du Canada et celui du Chili, ont également apporté leur soutien à ce projet. Le centre a vu le jour surtout grâce aux efforts de Placer Dome, qui s'est employée à trouver l'aide financière nécessaire. Il permettra de produire une main-d'œuvre qualifiée dont l'industrie dans son ensemble a grandement besoin.

Depuis la fusion de Québecor (un des plus importants imprimeurs au monde) et d'Impresaria Antartica (une des imprimeries les mieux connues du Chili), la nouvelle entreprise chilienne a travaillé énergiquement à accroître le niveau de confiance et les compétences de ses employés et des membres de leur famille. En mars 2003, deux employés de Quebecor World Chile S.A. entreprendront un programme d'étude de deux ans en graphisme dans le cadre d'une nouvelle initiative qui bénéficie d'un appui substantiel du ministère chilien de l'Éducation. Ces employés prendront part au programme de type coopératif tout en continuant de travailler pour l'entreprise. Les membres de leur famille pourront suivre des cours dans des domaines aussi variés que l'esthétique, la cuisine et les systèmes domestiques d'électricité, de gaz et d'alimentation en eau. L'entreprise s'est engagée à faire en sorte que tous ses employés de même que leur famille possèdent les connaissances les plus vastes et les compétences les plus étendues possible. Elle vise à accroître leur rendement pendant qu'ils sont à l'emploi de Québecor et à favoriser leurs chances sur le marché du travail s'ils devaient quitter l'entreprise.

¹ « The Canadian Way: The social impact of Canadian investment in Chile », par Peter E. Larson pour la Chambre de commerce Canada-Chili (www.chile-canada-chamber.cl), décembre 2002. L'étude sera publiée officiellement par la Chambre en juin-juillet 2003.

Pour communiquer avec nous

Ambassade du Canada à Santiago
Section commerciale
Tél. : (011-56-2) 362-9660
Télé. : (011-56-2) 362-9664
Courriel : santiago.commerce@dfait-maeci.gc.ca
Internet : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/chile>

Site Web utiles

Au Canada

Information commerciale à l'intention des entreprises canadiennes
<http://www.exportsource.gc.ca>

Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international (PCI de l'ACDI), aide aux exportateurs
<http://www.acdi-cida.gc.ca/pci>

Exportation et développement Canada, aide aux exportateurs
<http://edc.ca>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, développement du commerce international
http://www.dfait-maeci.gc.ca/trade/intl_bus_dev-fr.asp

Industrie Canada, information commerciale
<http://www.strategis.gc.ca>

Industrie Canada, Initiative des villes durables
<http://ivd.ic.gc.ca>

Au Chili

Gouvernement du Chili
<http://www.gobiernodechile.cl>
(en espagnol)

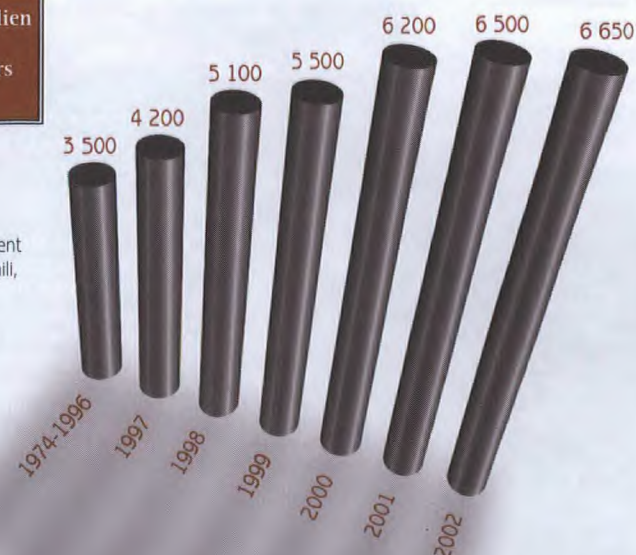
Chambre de commerce Canada-Chili
<http://www.chile-canada-chamber.cl>
(en espagnol)

Comité chilien de l'investissement étranger
<http://www.foreigninvestment.cl>
(en anglais)

Agence chilienne de développement économique (CORFO)
<http://www.corfo.cl>
(en espagnol et en anglais)



Investissement canadien cumulé au Chili (en millions de dollars américains)



SOURCE : Comité d'investissement étranger, Santiago, Chili, octobre 2002

Le salon des produits naturels

LONDRES, ROYAUME-UNI — 6 et 7 avril 2003 — **Natural Products Europe est**, de loin, le salon commercial le plus important organisé sur ce thème au Royaume-Uni (R.-U.). Plus de 4 000 acheteurs — venus de 54 pays et représentant des magasins de produits diététiques, des supermarchés, des pharmacies, des boutiques spécialisées, des traiteurs ou des distributeurs — ont visité ce salon en 2002.

En 2003, les exposants au salon et à **Organic Products Europe** — un nouveau salon commercial axé plus particulièrement sur les produits biologiques — se retrouveront dans le Grand Hall de l'Olympia dans le cadre de ce qui sera un événement d'une envergure sans précédent.

Un tiers des détaillants du R.-U. visitent ce salon chaque année, et les ventes réalisées à cette occasion représentent près de 90 % du chiffre d'affaires total dans ce secteur. En outre, des intervenants de premier plan comme Fresh & Wild, Planet Organic et GNC envoient toujours toute une équipe d'acheteurs. En 2002, on comptait parmi les visiteurs, les représentants d'entreprises comme Sainsbury's, Tesco, Asda, Safeway, Marks and Spencer, Boots et Holland & Barrett. Des acheteurs de

Harrods, Harvey Nichols, Fortnum & Mason et autres magasins prestigieux s'y rendent régulièrement aussi.

« Le salon prend de plus en plus d'envergure d'année en année, l'approche est plus professionnelle, les stands sont plus grands, mieux aménagés, et les exposants font preuve d'une plus grande créativité », déclare le directeur du salon, M. Chris Down. « Écoutez simplement les commentaires

EUROPE

des exposants et des visiteurs, et vous pourrez mesurer la passion, la motivation et le zèle extraordinaires qui animent les gens dans l'industrie des produits naturels et organiques, un secteur qui est clairement plus solide que jamais. » Alors que l'on prévoit une croissance qui atteindra le chiffre astronomique de 3,5 milliards de livres sterling au cours des trois prochaines années, il n'a jamais été aussi opportun de se joindre aux exposants.

Les entreprises qui ont exposé l'an dernier dans le pavillon canadien ont trouvé l'expérience très utile. Comme le soulignait un exposant : « Notre présence au salon nous a aidés à trouver des contacts au R.-U. et à rehausser l'image

de notre entreprise et de notre produit, alors qu'auparavant, nous devions nous contenter de l'espace limité que pouvait nous octroyer notre distributeur, dont l'activité était concentrée sur d'autres produits. Nous avons eu l'occasion de faire connaître notre marque à de nombreux détaillants de produits diététiques, et à la fin du salon, nous avons 70 pistes sûres à prospecter et 8 commandes. »

Cette année encore, le haut-commissariat du Canada à Londres organise un pavillon canadien. **Pour informations** sur la participation à titre d'exposant : M^{me} Ros Burridge, haut-commissariat du Canada, Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6652, courriel : ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca internet : www.naturalproducts.dreamstation.com ou M. Chris Down, directeur de l'exposition, ou M^{me} Beverly Rees, directrice commerciale de la foire, tous deux de Full Moon Communications, tél. : (011-44 -0) 1903-817305, courriel : info@naturalproducts.co.uk ✪

Débouchés

— suite de la page 2

services, avant et après la passation des contrats ainsi que divers services consultatifs à la carte suivant le principe de l'utilisateur payeur.

La CCC tient à travailler avec SourceCAN afin d'apporter des améliorations constantes à cet ensemble unique de services. Par exemple, elle est à élargir le marché électronique que représente SourceCAN en l'enrichissant continuellement de nouveaux sites (après évaluation et tri) et améliore constamment les outils utilisés pour évaluer et jumeler les débouchés aux fournisseurs. La CCC travaille également avec le MAECI, IC, Exportation et développement Canada (EDC) et d'autres organismes, comme équipe Canada Inc., afin d'offrir aux exportateurs canadiens une gamme de services parfaitement adaptés à leurs besoins.

Pour en savoir plus sur le marché électronique de la CCC et SourceCAN, cliquer sur www.ccc.ca ✪

Les diamants canadiens

— suite de la page 1

Le Ministre a également rencontré le directeur exécutif du bureau des ventes de BHP-Billiton à Anvers. Propriétaire de l'autre mine canadienne, Ekati, également dans les Territoires-du-Nord-Ouest, BHP a exporté pour \$553 millions de diamants canadiens à Anvers en 2001, comparable à la valeur qu'elle exporte annuellement depuis l'ouverture de la mine en 1998. L'ouverture de Diavik devrait faire doubler ce chiffre, ce qui se traduira par des exportations canadiennes de diamants totalisant plus de 1 milliard de dollars par an.

Selon le CSD, la moitié des budgets mondiaux d'exploration pour le diamant sont actuellement investis au Canada. Le

Ministre a par ailleurs félicité le CSD de son appui au développement de systèmes de certification pour les exportations de diamants de plusieurs pays africains.

Pour tout renseignement sur les débouchés en Belgique, communiquer avec M. Jean Bourassa, conseiller principal, Direction de l'Europe de l'Ouest, MAECI, tél. : (613) 996-7544, courriel : jeanbourassa@dfait-maeci.gc.ca ou M. Paul Desbiens, délégué commercial principal, ambassade du Canada à Bruxelles, tél. : (011-32-2) 741-0620, courriel : pauldesbiens@dfait-maeci.gc.ca ✪