

L'Équipe Nord Ontario à Chicago

À la fin de février 2004, l'Équipe Nord Ontario, réunissant 20 entreprises du Nord de l'Ontario, a participé à une mission commerciale à Chicago, en vue d'y vendre des produits et services, de conclure des accords de distribution et de trouver d'autres occasions d'affaires.

Carmen Provenzano, députée de Sault Ste. Marie qui a dirigé la mission au nom de Joe Comuzzi, ministre d'État responsable de l'Initiative fédérale pour le développement économique du Nord de l'Ontario (FedNor), s'est dite heureuse des résultats initiaux de la mission, dont la signature de deux accords. « Nous avons entrepris cette mission avec beaucoup d'espoir et d'optimisme, a affirmé M^{me} Provenzano, et, à en croire les premiers résultats à la fin de la mission, cet optimisme était bien fondé. »

L'accord entre **Science North Enterprises** de Sudbury, le Peggy Notebart Nature Museum de Chicago, ainsi que le Public Museum de Milwaukee, au Wisconsin, est au nombre des premiers exemples de réussite. Cet accord porte sur la présentation de la nouvelle exposition-spectacle intitulée *The Climate Change Show*, théâtre d'objets qui traite de manière divertissante des difficultés que posent les changements climatiques. L'accord représente une valeur de 240 000 \$.

Quatorze des entreprises participantes ont tenu plus de 80 rencontres avec des entreprises américaines. Les délégués ont aussi eu l'occasion d'échanger avec des visiteurs et des exposants, et ils ont assisté à des séances d'information pour nouveaux exportateurs organisées par le consulat général du Canada à Chicago.

La mission a coïncidé avec la National Manufacturing Week Trade Show, la plus



The Climate Change Show, exposition du théâtre d'objets de Science North Entreprises de Sudbury

importante foire annuelle du secteur de la fabrication d'Amérique du Nord qui réunit six conférences et expositions. Cette foire présente ce qu'il y a de plus nouveau dans les domaines de la conception, du génie, de la fabrication et de l'innovation. L'an dernier, la foire a attiré quelque 1 500 entreprises qui ont fait connaître leurs produits et services à plus de 30 000 visiteurs provenant de 48 États et de 28 pays. Le pavillon du Nord de l'Ontario mettait en valeur les produits et services des entreprises faisant partie de l'Équipe ainsi que d'autres entreprises et organismes de la région.

FedNor, toujours de la partie
Il s'agit de la troisième mission commerciale de l'Équipe Nord Ontario appuyée par FedNor, qui a joué un grand rôle dans sa réussite. Lancée en 1987, FedNor a pour mission de promouvoir la croissance économique, la diversification, la création d'emplois et l'autonomie durable des collectivités du Nord de l'Ontario, en collaborant avec des partenaires communautaires et d'autres organismes, afin d'améliorer l'accès au capital, à l'information et aux marchés pour les petites entreprises. FedNor, qui travaille en collaboration

avec le Réseau commercial de l'équipe Nord Ontario, le gouvernement de l'Ontario, les sociétés d'aide au développement des collectivités et les petites et moyennes entreprises (PME), a fourni un appui financier à deux missions commerciales antérieures aux États-Unis, à savoir à Atlanta en juin 2002 et à Détroit en juin 2003.

Cette mission a fourni aux PME du Nord de l'Ontario présentant les qualités requises une occasion unique d'être renseignées, par des spécialistes, sur le secteur américain de la fabrication et sur les marchés du Midwest, ainsi que de recevoir des conseils importants sur l'exportation et sur la façon de procéder pour fournir des produits et services aux États-Unis. En conséquence de cette mission de quatre jours, plusieurs entreprises négocient des accords en vue de la distribution de leurs produits par des entreprises américaines.

Pour plus de renseignements au sujet de la mission, consultez les sites Web <http://fednor.ic.gc.ca> et www.teamnorthernontario.com, ou communiquez avec le consulat général du Canada à Chicago, tél. : (312) 616-1860, courriel : chcgo@dfait-maeci.gc.ca.

Afrique — suite de la page 1

pouvoirs publics intensifient leurs efforts pour attirer les investissements.

C'est avec ces développements en toile de fond que les États africains ont lancé le Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique (NPDA) qui vise les objectifs suivants : éradiquer la pauvreté, placer les pays africains sur la voie d'une croissance et d'un développement durables, mettre un terme à la marginalisation de l'Afrique dans le contexte de la mondialisation, promouvoir son intégration complète à l'économie mondiale et accélérer le renforcement des capacités des femmes.

Les affaires reprennent

Grâce à cet engagement renouvelé vis-à-vis de l'Afrique, les institutions financières internationales et les organismes de développement internationaux retournent en Afrique, avec, dans leurs bagages, des contrats lucratifs. Par exemple, en 2003, les engagements en Afrique subsaharienne de l'Association internationale de développement (AID), organisme créé par la Banque mondiale, se sont élevés à 3,7 milliards de dollars. Et le financement de l'AID est appelé à continuer d'aller en augmentant, puisque 50 % de ses ressources doivent être dirigées vers l'Afrique.

Le gouvernement du Canada s'emploie, de bien des façons, à aider les entre-

prises qui veulent faire des affaires en Afrique. Les délégués commerciaux à Ottawa travaillent à faire connaître le vaste potentiel du marché africain aux entreprises d'un bout à l'autre du Canada. De plus, le personnel commercial dans les 18 missions diplomatiques du Canada se tient à la disposition des exportateurs canadiens pour les aider à trouver de nouveaux marchés, à y repérer des personnes-ressources et à évaluer la bonne foi de partenaires potentiels. Pour plus de renseignements, consultez le site Web du Service des délégués commerciaux : www.infoexport.gc.ca.

Le Canada a très bonne réputation

Dans le passé, les entreprises canadiennes ont eu beaucoup de succès dans le secteur de l'extraction des ressources naturelles et ont acquis une bonne réputation dans bon nombre de pays d'Afrique. À l'heure actuelle, les entreprises canadiennes sont à se faire un nom dans d'autres secteurs d'activité en Afrique, par exemple dans l'industrie

Pour en savoir plus sur le Canada et l'Afrique, consultez le numéro 21 de **Canada — Regard sur le monde**, le magazine trimestriel du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international sur la politique étrangère (www.dfait-maeci.gc.ca/canada-magazine).

naissante des technologies de l'information (TI). Des entreprises canadiennes grandes et petites se sont lancées en Afrique et y ont connu du succès, que ce soit, par exemple, pour concevoir la stratégie nationale du Botswana dans le secteur des télécommunications ou pour assurer l'accès à Internet dans les régions rurales du Nigéria.

La **Compagnie canadienne des billets de banque**, qui a son siège à Ottawa et fabrique, entre autres, des passeports, des cartes d'identité et des billets de banque, est un bon exemple de réussite. Comme l'explique le vice-président de l'entreprise, Stephen Dopp : « Nos clients africains sont très impressionnés par la technologie canadienne. Nous avons réussi à introduire des technologies de pointe dans des pays qui sont dotés d'infrastructures limitées. Ces clients nous sont très fidèles parce qu'ils savent qu'ils peuvent faire confiance au savoir-faire canadien. »

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) invite les entreprises prêtes à l'exportation désireuses d'en savoir plus sur les débouchés existant sur le marché africain à communiquer avec lui. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec la Direction du commerce avec l'Afrique subsaharienne du MAECI, courriel : ggth@dfait-maeci.gc.ca, tél. : (613) 944-6589 ou consultez www.ccafrica.ca.

Être bien conseillé — suite de la page 1

un secteur précis. Quelques-uns se spécialisent dans l'impôt des particuliers ou des entreprises, certains dans la gestion des livres comptables ou les vérifications alors que d'autres encore évoluent dans le contexte beaucoup plus large des stratégies de développement des entreprises. Donc, si votre comptable est également votre conseiller en affaires, n'hésitez pas à vous renseigner sur ses compétences, ses connaissances, ses qualifications et son expérience. S'il n'a pas l'expertise que vous recherchez, un de ses collègues pourra peut-être vous venir en aide.

De nombreux cabinets d'experts-comptables offrent aux PME une gamme étendue de services qui peuvent appuyer ou faire croître leurs activités d'exportation. Mentionnons, entre autres, la planification des impôts au niveau international, l'établissement de prix de transfert, la recherche de fonds et l'analyse d'études de faisabilité et de rentabilité. Ils peuvent

examiner de nombreux aspects dont vous devez tenir compte si vous songez à exporter, et faire des recommandations : objectifs d'exportation, stratégie de pénétration et de tarification, gestion des flux de trésorerie, projections de coûts, options de financement et questions en matière d'imposition.

Nombre de propriétaires d'entreprises nous disent qu'ils ne peuvent se fier à leurs seuls instincts et à leurs connaissances pour percer sur les marchés d'exportation. Un conseiller en affaires — tel un comptable — pourra souvent confirmer le bien-fondé d'une stratégie de planification, de tarification et de financement, et même proposer de nouvelles idées.

Exportation et développement Canada (EDC) aide les entreprises canadiennes à accroître leurs ventes à l'étranger et à se faire payer. Société d'État, EDC fournit des services de financement du commerce extérieur et d'assurance-comptes clients à ses clients canadiens, dont 90 % sont des PME.

Pour plus de renseignements, communiquez avec EDC au 1 800 850-9626, ou consultez www.edc.ca/pme.

Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements sur les missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consultez le Calendrier d'exportation É.-U. à www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export.