

depuis la création de cet événement (en 1964), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) parainera un pavillon national. A cette fin, le ministère a entrepris de recruter une douzaine d'entreprises canadiennes spécialisées dans les équipements de bureau, le traitement électronique de données et les matériels connexes.

Après avoir exposé leurs produits au pavillon canadien en 1989, neuf sociétés ont signalé des ventes sur place évaluées à 318 200 \$, et des prévisions se chiffrant à 20 millions de dollars pour les douze mois suivants. En outre,

elles ont nommé six agents et distributeurs.

Nos entreprises figuraient parmi plus de 1800 exposants venus de 27 pays. Ajoutons que l'exposition de 1989 a attiré environ 180 000 visiteurs.

Pour obtenir d'autres renseignements sur SMAU 90, communiquer, à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), avec : Wes Rathwell, Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 996-5554.

## Le Bangladesh offre d'excellents débouchés aux entreprises spécialisées dans les télécommunications

Il existe, au Bangladesh, une énorme demande créée par le projet d'amélioration des télécommunications que le gouvernement de ce pays est bien décidé à réaliser.

Le Bangladesh se distingue par un relief accidenté, une multitude de cours d'eau, et par un grand nombre de régions éloignées qui sont presque inaccessibles. En outre, les désastres naturels sont fréquents (inondations, cyclones, etc.). Il est donc essentiel de doter tout le territoire d'un réseau de télécommunication efficace et complet.

Le gouvernement a entrepris de coiffer par ce réseau l'ensemble des Upazilas — sous-districts ruraux qui constituent le premier échelon de l'organisation administrative. Actuellement, il n'y a que deux personnes sur mille qui possèdent le téléphone au Bangladesh!

Ce marché offre d'énormes possibilités à nos exportateurs; car le Bangladesh a besoin de moderniser toutes ses installations: téléphone, radio, satellite et systèmes connexes.

Le Bangladesh Telegraph and Telephone Board (BTTB) — l'organisme gouvernemental exclusivement chargé des télécommunications — a formulé de nombreux projets qui devraient être exécutés dans le cadre du Quatrième Plan quinquennal (1990-1995).

La liste des projets comprend: le remplacement du réseau de communication micro-onde analogique par de nouvelles liaisons micro-onde numériques; l'installation de 300 000 nouvelles lignes de téléphone locales; l'équilibrage, la diversification et la

modernisation de certaines fabriques de câbles et de téléphones; l'amélioration des communications entre les navires et la côte; et la création d'un système de communication d'urgence par satellite intérieur.

La liste complète des projets de communication proposés pour le Quatrième Plan quinquennal représente, au total, près d'un milliard de dollars US! On parle également de consacrer 300 millions de dollars US à une série de projets qu'on n'a pas pu exécuter au cours du troisième Plan quinquennal.

Sont exclus de ces chiffres six autres organisations du Bangladesh qui possèdent des réseaux de communication indépendants.

Les sociétés canadiennes désireuses d'obtenir l'abrégié de l'étude intitulée *Commercial Prospects for Canadian Companies in the Telecommunication Sector in Bangladesh* (Débouchés offerts aux sociétés canadiennes dans le secteur des télécommunications du Bangladesh) peuvent communiquer avec Info-Export.

**CONSEILS À  
L'EXPORTATEUR  
INFO-EXPORT  
1-800-267-8376  
Région d'Ottawa :  
993-6435**

**Forêts, produits,  
équipements et services**

## Débouchés au Japon pour les exportateurs canadiens de produits de menuiserie

D'après une récente étude d'AECEC, la croissance de la demande japonaise visant les maisons et les établissements commerciaux de type occidental — combinée avec la puissance du yen et la diminution des ressources forestières — peut offrir des débouchés aux exportateurs canadiens de produits de menuiserie de bonne qualité.

Le maché japonais du bois d'oeuvre, évalué à 104,8 millions de m<sup>3</sup> en 1988, fait une large place aux importations (71 % du marché total). Plus de 60 % de la demande vise les produits de menuiserie, qu'on utilise principalement dans la construction domiciliaire; 10 % les contreplaqués; et plus de 20 %, la pâte de bois et les copeaux. Voici quelques conclusions extraites de l'étude :

- Les maisons traditionnelles fabriquées en bois de cyprès japonais, — le nombre d'unités nouvelles fabriquées en 1989 est évalué à 710 000 — constituent le marché principal pour les parquets à lames pleines, les escaliers et autres produits de menuiserie.

- D'autre part, les maisons préfabriquées gagnent du terrain: elles représentent maintenant de 12 à 14 % des projets de construction, dont le total est évalué à 1 632 000 d'habitations. Le modèle 2 x 4, pour lequel le Canada a déjà fourni son savoir-faire, est de plus en plus demandé. Il offre donc un débouché certain pour les produits de menuiserie fabriqués au Canada.

- Autre débouché important pour ces produits: la rénovation, qui aurait touché, en 1988, 150 000 unités, dont environ 80 % étaient des maisons en bois.

- Dernier nommé, mais non le moindre: le domaine en pleine expansion de la construction non domiciliaire. En 1988, ce secteur représentait 105 millions de mètres carrés de plancher, dont 12 millions — c'est-à-dire 10 % du marché des produits de menuiserie — pour les boutiques et les restaurants.

Au cours des dernières années, l'utilisation du bois dur dans la fabrication de