

PUBLICATIONS



Le Canada, la Turquie et l'UE

Les exportateurs canadiens qui connaissent bien le système de l'Union européenne (UE) vont éprouver moins de difficulté à faire des affaires en Turquie, vu que ce pays a conclu, le 1^{er} janvier 1996, une union douanière avec l'UE.

En effet, le régime douanier de la

Turquie et celui de l'UE sont désormais essentiellement les mêmes, bien que la Turquie ait cinq ans pour faire correspondre sa liste tarifaire au tarif douanier commun de l'UE.

Cette première constatation et d'autres se trouvent dans le document *Répercussions possibles de*

l'union douanière entre la Turquie et l'UE sur les exportations canadiennes en Turquie, qu'a préparé l'ambassade du Canada, à Ankara.

Les divers intéressés sont d'avis que l'union douanière aura des répercussions positives sur les exportations canadiennes, les droits de douane (sauf dans le cas de quelques produits, dont les droits de douane pourraient être haussés) qui s'appliquent aux produits provenant du Canada et d'autres pays étant abaissés en raison de l'Accord d'union douanière.

Il est possible de consulter ce document en téléphonant au Fax-Link ou au babillard de l'InfoCentre du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (voir l'encadré sur l'InfoCentre au bas de la page 16) et en mentionnant le numéro de code 84302.

La promotion des investissements au Canada

On procède actuellement à la diffusion d'un nouvel instrument fort convaincant qui vise à faire connaître le Canada comme destination concurrentielle pour les investisseurs. Cette publication est distribuée aux investisseurs internationaux éventuels, aux agents d'investissement, et aux délégués commerciaux dans les missions du Canada à l'étranger.

La publication *Investir et faire des affaires au Canada* offre une vue d'ensemble du climat des investissements au Canada, ainsi que des données détaillées, par secteur, sur ce climat. En plus d'offrir aux investisseurs éventuels une vue d'ensemble, elle répond aux questions les plus fréquemment posées. Selon M. Micheal Kelly, directeur, Direction de la promotion de l'investissement et de la technologie, au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), ce guide complet met en lumière « les avantages compétitifs du Canada en tant que lieu d'investissement ».

La publication, lancée en mars à l'occasion de la foire commerciale CeBit 96 tenue à Hanovre, en Allemagne, est le résultat d'un partenariat entre le MAECI et le secteur privé: Stentor Communications, SHL Systemhouse; les villes de Brantford, de London et de Mississauga et la société Prospectus Inc. d'Ottawa.

Pour plus de renseignements sur ce guide, communiquer avec Sonya Thissen, Direction de la promotion de l'investissement et de la technologie, au MAECI; tél.: (613) 995-7280.

On peut acheter des exemplaires de la publication (au coût de 30\$, plus taxes) au Canada auprès de Prospectus Inc., 346, rue Waverley, Ottawa (Ont.) K2P 0W5; tél.: (613) 231-2727; adresse Internet: <http://www.prospectus.com/canada>

Les municipalités qui souhaitent faire paraître des annonces publicitaires dans l'édition de l'an prochain de cette publication, et les sociétés qui aimeraient parrainer cette édition, peuvent communiquer avec Martha Hancock, chez Prospectus Inc.

Lettres de crédit internationales

International Letters of Credit (Resolving Conflict of Law Disputes), qui traite de divers sujets, renferme une section importante sur la résolution, la prévention et l'analyse des conflits de lois. Ce volume de 425 pages, publié récemment, au coût de 145 \$, par l'Institut des lettres de crédit du Canada, dont les bureaux sont à Montréal, traite également des lois, de la doctrine et d'études de jurisprudence canadiennes, américaines et européennes. Pour commander le volume, communiquer avec l'Institut, tél.: (514) 861-5448, fax: (514) 861-7026.

AU CALENDRIER

Montréal — le 13 juin 1996 — **Profitable Business Opportunities in the U.S.A. for Exporters and Investors** est une conférence d'une journée, au Centre Sheraton, coparrainée par A.N.

Deringer Inc., Byers Casgrain, et Soare, Lewis & Associates Inc. D'éminents spécialistes du Canada et des États-Unis donneront leur point de vue sur la façon de procéder pour pénétrer le marché américain, et sur

les implications juridiques, fiscales et douanières connexes. On examinera aussi trois centres névralgiques du commerce et de l'investissement, soit New York, le Vermont et Détroit, au Michigan. Pour tout renseignement, ou pour s'inscrire, communiquer avec M. Richard Soare, tél.: (514) 847-8317, fax: (514) 847-1998.

Le Japon, un marché sans pareil

(Suite de la page 1)

Données statistiques

Les effets combinés de ces changements profonds se dégagent de plus en plus clairement des données statistiques sur les importations de produits alimentaires du Japon.

Les importations de produits agroalimentaires, de poisson et de boissons, qui totalisaient 38,1 milliards de \$ US en 1992 et 40,2 milliards en 1993, ont augmenté de pas moins de 7 milliards en 1994, pour atteindre 47,1 milliards. L'année suivante, elles se sont accrues de nouveau (4,4 milliards de \$ US) pour s'établir à 51,5 milliards en 1995. La hausse globale de 13,4 milliards de \$ US des importations durant les trois dernières années s'est accompagnée de l'accroissement en flèche de la demande de divers types d'aliments et de boissons semi-transformés et prêts à consommer.

Amélioration possible

Le secteur agroalimentaire du Canada n'a pas tiré pleinement profit des débouchés innombrables qu'offre le marché japonais.

En 1995, les importations japonaises de produits agroalimentaires, de poisson et de boissons provenant du Canada totalisaient 2,7 milliards de \$ US. Cette année-là, le Canada s'est classé au sixième rang parmi les fournisseurs du marché japonais, et ne

représentait que 5,3 % de l'ensemble des importations d'aliments et de boissons du Japon. Les cinq pays suivants étaient classés avant le Canada: les États-Unis (28,8 %), la Chine (9,5 %), Taiwan (6,3 %), l'Australie (6,3 %) et la Thaïlande (5,5 %). Les 125 millions de consommateurs aisés du Japon offrent des débouchés dont peuvent tirer profit les fournisseurs étrangers fiables qui sont en mesure de fournir, à des prix concurrentiels au niveau international, des aliments et des boissons dont la qualité ne se dément jamais, et dont les emballages attirent l'attention du consommateur.

Services et renseignements

Les missions du Canada au Japon offrent un certain nombre de services aux producteurs, aux transformateurs et aux exportateurs canadiens pour les aider à mieux profiter des débouchés importants encore inexploités que représente ce marché.

Pour plus d'information sur ce marché, communiquer avec la Direction du Japon, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél.: (613) 995-1281/992-6185, fax: (613) 943-8286; ou avec M. Ron Davidson, Division commerciale, ambassade du Canada à Tokyo, tél.: (011-81-3) 3408-2101, fax (système G3): (011-81-3) 3470-7280/3479-5320.

Toronto: 14 juin 1996; **Montréal**: 17 juin — Avec une population de 940 millions d'habitants, l'Inde offre un énorme potentiel pour les entreprises canadiennes. Ce potentiel peut être exploré, étant donné qu'une délégation de 40 dirigeants d'entreprises membres de la Confédération of Indian Industry fera partie d'un colloque intitulé « **Meet Business Leaders from India** ». Ce colloque étudiera les secteurs suivants: l'énergie, les logiciels, l'électronique, l'automobile, et le génie (divers sous-secteurs de la fabrication). Communiquer avec Donna Greer, adjointe aux programmes, Programme de relations institutionnelles Canada-Inde, le Conference Board du Canada, 255, chemin Smyth, Ottawa K2H 8M7; tél.: (613) 526-3090, poste 393; fax: (613) 526-5385. Pour faciliter l'accès à des renseignements généraux sur l'Inde, le Haut-Commissariat de l'Inde à Ottawa a établi un site Web: <http://www.docuweb.ca/india>

Vancouver — 20-21 juin 1996 — L'atelier **Les marchés du livre en Amérique latine** donne aux éditeurs canadiens et aux autres intéressés une possibilité unique de rencontrer des éditeurs bien connus en Amérique latine. Les conférenciers invités parleront du marché du livre dans leurs pays respectifs, soit l'Argentine, le Brésil, la Colombie et

Voir page 16. — Au calendrier