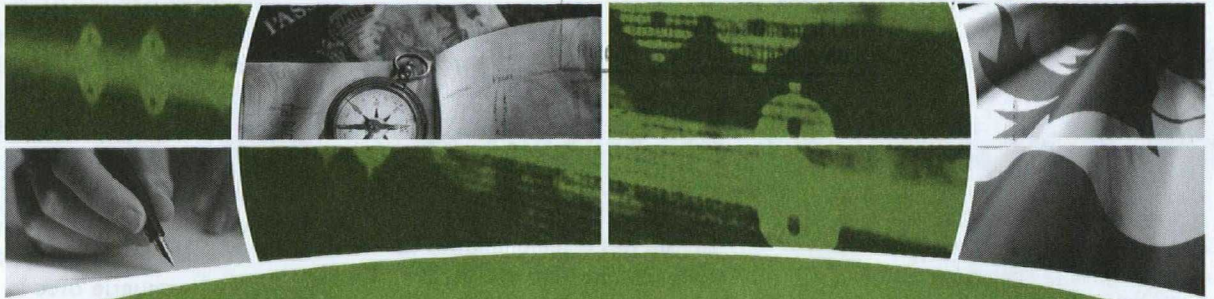


JUN 13 2003



CanadaExpo

Vol. 21, n° 9
15 mai 2003

Dans ce numéro

- 2 Conférence des MEC et prix d'excellence
L'université canadienne en Jamaïque
- 3 Page personnalisée du Délégué commercial virtuel
- 4 Mission aux États-Unis d'entreprises autochtones exportatrices
- 5 Les relations Canada-UE : lancement de consultations
Le Salon Maison Bois s'érige
- 6 Le Guangxi Zhuang : une région prometteuse en Chine
Mission aérospatiale canadienne au Japon
- 7 Foires et missions commerciales

Plus de 800 millions \$ US

Signature d'ententes en République dominicaine

GlobeStar Mining Corporation reçoit son permis d'exploitation minière des gisements de cuivre et d'or de Cerro de Maimón. Présents à la signature (de gauche à droite) : l'ambassadeur du Canada en République dominicaine, M. Adam Blackwell; M^{me} Sonia Guzman de Hernández, secrétaire d'État à l'Industrie et au Commerce; M. Bill Fisher, président de GlobeStar; M. Larry Ciccarelli, président du conseil de GlobeStar; le premier ministre Jean Chrétien; M. Pedro Vásquez Chavez, directeur général, Mines; M. Hipólito Mejía Domínguez, président de la République dominicaine; and M^{me} Milagros Ortiz Bosch, vice-présidente de la République dominicaine et secrétaire d'État à l'Éducation.



Photo : Diana Murphy/PMO

voir l'article page 8 — République

SIAL Montréal : une recette gagnante

Les entrepreneurs autochtones sur la scène mondiale

par Olivier Bourque, Affaires indiennes et du Nord Canada, Québec

« Pourquoi est-ce que je me suis lancé en affaires? C'est parce que je voulais voyager tout en travaillant », lance M. Henri Picard, président directeur-général de **Aliments TOKA**, une entreprise autochtone qui se spécialise dans la transformation et la commercialisation de fruits et de légumes sauvages. M. Picard faisait partie d'une délégation autochtone lors

du dernier **Salon International de l'Alimentation, des Boissons, Vins et Spiritueux (SIAL)** qui se tenait à Montréal du 2 au 4 avril dernier.

Plus de 680 exposants venus de 37 pays ont attiré quelques 10 000 acheteurs et professionnels de l'industrie alimentaire du voir page 7 — Place



M^{me} Nathalie Trépanier fait goûter les tisanes **Délice boréal** au SIAL. (voir p. 7)

Possibilités de parrainage

Conférence des MEC et prix d'excellence

TORONTO — 23-24 novembre 2003 — L'automne semble encore loin, mais on planifie déjà la **conférence des Manufacturiers et Exportateurs du Canada (MEC)**, qui aura pour thème « Tirer parti des réussites : des stratégies gagnantes pour un monde en évolution ». Le moment marquant de l'événement sera le dîner de gala, qui soulignera la 20^e année d'existence des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** et au cours duquel les dix meilleurs exportateurs du Canada seront annoncés.

La liste des commanditaires de la conférence des MEC et du programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) prend forme. Jusqu'à présent, elle comprend **RBC Services financiers**, **Exportation et développement Canada**, la **Corporation commerciale canadienne**, la **Financière Sun Life**,



Ontario Exports Inc. et le magazine **En Route**. Si la possibilité d'un parrainage vous intéresse, les catégories sont les suivantes : Platine (75 000 \$), Or (25 000 \$), Argent (15 000 \$) et Général (5 000 \$). En reconnaissance de leur appui, les commanditaires de la catégorie Platine présenteront un prix honorifique au dîner de gala ainsi qu'un court film vidéo et assisteront à un déjeuner-causerie avec le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew.

Pour plus de renseignements sur le parrainage des prix ou de la conférence, communiquer avec M. Andrew Caddell, Liaison, Équipe Canada inc, MAECI, tél. : **(613) 944-0118**, téléc. : **(613) 944-0120**, internet : **www.infoexport.gc.ca/awards-prix** ✪

Rédactrice en chef : vacant
Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**
Rédacteur : **Michael Mancini**
Mise en page : **Yen Le**
Tirage : **60 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel : **canad.export@dfait-maeci.gc.ca**
Site internet : **www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport**

CanadExport

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de **CanadExport**.

CanadExport est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des services de communications (BCS).

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec **CanadExport** au **(613) 992-7114**. Pour la version par courriel, consultez l'adresse internet de **CanadExport** ci-dessus.

Pour un changement d'adresse, renvoyer l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à :

CanadExport (BCS)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
ISSN 0823-3349

Une université canadienne obtient un contrat en Jamaïque

L'Université Mount Saint Vincent (UMSV), établie à Halifax, en Nouvelle-Écosse, a décroché un contrat d'une valeur de 3,3 milliards de dollars américains qui lui permettra d'offrir du perfectionnement professionnel à 800 directeurs d'écoles primaires et d'écoles combinées de la Jamaïque. Ce programme, qui s'inscrit dans le cadre d'un projet national d'appui à l'enseignement primaire, est financé conjointement par la Banque interaméricaine de développement et le gouvernement de la Jamaïque.

Le programme vise à offrir du perfectionnement professionnel continu aux enseignants et à encourager les directeurs d'école à acquérir une formation de base en administration scolaire et en esprit d'initiative par l'entremise de partenariats avec des établissements qualifiés comme l'UMSV. Les participants ayant réussi le programme recevront un diplôme de directeur.

L'aide apportée par la division commerciale du haut-commissariat du Canada à

Kingston, en Jamaïque, a été déterminante pour l'UMSV. Au début de 2001, le personnel du haut-commissariat a organisé des séances d'information sur le secteur jamaïcain de l'éducation. Grâce aux conseils du haut-commissariat, des ententes ont été conclues entre l'UMSV et le Collège de l'agriculture, des sciences et de l'éducation, le Collège des enseignants St. Joseph's et le Conseil jamaïcain de l'éducation permanente en vue d'offrir des programmes de baccalauréat et de maîtrise en éducation et en formation des adultes. Les étudiants pourront s'inscrire et participer aux cours de l'UMSV au moyen de téléconférences, d'Internet et de télédiffusions. Une fois leurs études terminées avec succès, un diplôme de l'UMSV leur sera décerné.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Yasmin M. Chong, agente à l'expansion des affaires, division commerciale, haut-commissariat du Canada en Jamaïque, tél. : **(1-876) 926-1500**, poste 3352, téléc. : **(1-876) 511-3491**, courriel : **kngtm-t@dfait-maeci.gc.ca** ✪

DÉLÉGUÉ
COMMERCIAL
VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES
PERSONNALISÉS



Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en direct et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Le Mexique présente une soumission à l'industrie des produits et services de construction : contrat à long terme prévu

Vous n'étiez pas au courant?

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde d'occasions en vous offrant des renseignements utiles. Visitez-le : il suffit d'obtenir un mot de passe.

CONTACTS

INFORMATION

SERVICE

Inscrivez-vous dès maintenant au **www.infoexport.gc.ca** et découvrez ce que des milliers d'entreprises canadiennes ont déjà trouvé!

Pour en savoir davantage sur ce service, consultez les prochains numéros de **CanadExport**.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel ou pour vous y inscrire, visitez :

www.infoexport.gc.ca

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Mission d'entreprises autochtones exportatrices aux États-Unis

Les dirigeants de 35 entreprises autochtones, des agents de développement économique, des chefs de bande de même que des représentants d'associations commerciales et du gouvernement ont participé à une mission commerciale de trois jours aux États-Unis, qui a coïncidé avec le congrès 2003 de la Native American Business Alliance (NABA). La mission commerciale, organisée au début de février 2003 à Scottsdale, en Arizona, était destinée aux entreprises autochtones et aux organisations autochtones de développement économique désireuses de vendre leurs produits et leurs services à des sociétés Fortune 500 ainsi qu'à des entreprises autochtones des États-Unis.

Lors de la mission, un représentant du Service américain d'immigration et de naturalisation a fait un exposé sur le Traité Jay de 1794, lequel avait jeté les bases des relations entre le Canada et les États-Unis. Parmi les activités proposées aux participants, citons des colloques sur le commerce électronique, le développement économique, les coentreprises et les alliances stratégiques. Les participants ont aussi eu l'occasion de participer à des séances de réseautage avec des représentants d'environ 25 sociétés Fortune 500 de premier plan comme American Express, IBM, Phillip Morris, Ford, General Motors, Chrysler, General Mills, UPS, Kodak et Walt Disney, sans oublier ceux d'importantes entreprises autochtones et organisations tribales des États-Unis.

La NABA compte parmi ses membres 10 000 entreprises autochtones, la plupart reconnues officiellement par le gouvernement des États-Unis comme appartenant à un groupe minoritaire, ainsi que plus de 170 entreprises, dont certaines sociétés Fortune 500.

Mission accomplie

Nombre d'entreprises canadiennes ont affirmé que la mission leur avait permis non seulement de repérer d'excellentes occasions d'affaires, mais aussi de former des alliances clés avec d'autres entreprises autochtones participantes.

« J'avais atteint mes objectifs dès l'heure du midi la première journée. En effet, je voulais m'associer à une entreprise autochtone américaine afin que mes filiales profitent d'une procédure d'approbation accélérée et puissent ainsi satisfaire aux exigences de la Federal Aviation Agency et faire des affaires plus facilement aux États-Unis », a déclaré M. Leo Jacobs, président de l'Aborican

Aviation Group Inc., entreprise ayant son siège en Alberta. Le groupe exploite sa propre flotte d'aéronefs et dispose d'un réseau de fournisseurs stratégiques. Il s'agit d'un centre de services à guichet unique d'entretien et de location à la demande d'hélicoptères et d'aéronefs dans l'Ouest canadien.



M. Stephen Bomberry, président de BomCor Associates Ltd. (deuxième de droite), avec des représentants de 3M, Daimler-Chrysler et Denny's à NABA 2003.

Pour l'entreprise néo-brunswickoise **APC Environmental Ltd.**, la mission commerciale a également été très fructueuse. « Je peux dire que pour notre entreprise et notre partenariat avec **Aborican Corp.** de l'Alberta, la mission a donné la visibilité nécessaire à l'établissement de liens éventuels avec des partenaires autochtones et de grandes entreprises des États-Unis. L'événement a également suscité des occasions nouvelles et intéressantes liées à la présence d'autres entreprises autochtones canadiennes », a expliqué M. Roger Nason, d'APC Environmental Ltd.

Après une troisième année de participation à la mission, M. Stephen C. Bomberry, président de **Bomcor Associates Ltd.**, apprécie les possibilités de réseautage associées à ce genre de mission commerciale. « Je trouve particulièrement intéressante la formule de rencontres individuelles avec les représentants des grandes sociétés qu'adopte la NABA. Par la suite, c'est aux

entreprises comme la nôtre qu'il revient de faire le suivi qui s'impose », a souligné M. Bomberry. Établie à Ohsweken, en Ontario, Bomcor Associates Ltd. est une firme de consultation en gestion qui se spécialise dans le développement organisationnel, les études de faisabilité et les études d'évaluation de programme.

Pour M. Adamie Alaku, le vice-président au développement économique de la société **Makivik**, la participation au congrès de la NABA a dépassé ses attentes. « Nous avons établi de très bons contacts avec d'autres sociétés autochtones canadiennes et nous ferons encore plus d'affaires avec elles. Notre entreprise **Nunavik Arctic Foods Inc.** a aussi noué de bonnes relations d'affaires et s'attend à compter parmi ses clients des casinos et des hôtels », a signalé M. Alaku. La société Makivik collabore très activement au développement des Inuits du Nord du Québec.

L'an prochain, soit en février 2004, le congrès de la NABA se tiendra à Albuquerque, au Nouveau-Mexique.

Pour plus de renseignements sur NABA 2003, communiquer avec M^{me} Rosi Niedermayer, portefeuille des affaires autochtones, MAECI, tél. : (613) 944-0634, courriel : rosi.niedermayer@dfait-maeci.gc.ca internet : www.aboriginalplanet.gc.ca (centre des affaires) ou www.native-american-bus.org ✪

Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements à propos des missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consulter le Calendrier d'exportation É.-U. à www.dfait-maeci.gc.ca/nebs/menu-fr.asp

Lancement de consultations

Les relations Canada-Union européenne

Le ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, a annoncé, le 15 avril 2003, l'ouverture de consultations avec les Canadiennes et les Canadiens sur les moyens d'améliorer les relations bilatérales avec l'Union européenne (UE) au chapitre du commerce et de l'investissement.

À l'occasion du sommet qu'ils ont tenu en décembre 2002, le Canada et l'UE se sont engagés à élaborer un nouveau type d'accord bilatéral axé sur l'avenir et de portée très vaste, visant à renforcer le commerce et l'investissement. Parallèlement, les dirigeants ont convenu de déployer leurs efforts afin que le Programme de développement de Doha adopté par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) soit mis en œuvre dans les meilleurs délais et profite tant aux pays développés qu'à ceux en développement.

Le marché

En 2001, l'Union européenne (UE) comptait pour 25,2 % du PIB mondial et 38 % des

exportations canadiennes de biens, les États-Unis exclus. L'arrivée de 10 nouveaux États d'ici à mai 2004 fera de l'UE l'une des plus importantes économies du monde, avec un marché unique de plus de 480 millions de personnes et un PIB d'environ 13,7 billions de dollars — un marché comparable à celui de la zone de l'ALENA (Accord de libre-échange nord-américain), qui compte 412 millions d'habitants et un PIB d'environ 15,7 billions de dollars.

EUROPE

Bien que les relations économiques du Canada avec l'UE soient caractérisées par de vigoureux courants bilatéraux d'échanges et d'investissement, il est encore possible de développer les échanges. L'UE est le plus important partenaire commercial du Canada après les États-Unis, ainsi que la première source et la première destination d'investissement étranger direct (IED) au Canada après les États-Unis.

Cependant, les échanges commerciaux entre le Canada et l'UE ne comptent que

pour 6,6 % de l'ensemble du commerce canadien des biens et des services et nos échanges avec l'UE ne se développent pas aussi rapidement qu'avec d'autres régions du globe. C'est pourquoi la part des exportations totales du Canada vers l'UE et la part des importations totales du Canada en provenance de l'UE a diminué au cours de la dernière décennie.

Le processus de consultations

Le gouvernement du Canada consultera les Canadiennes et les Canadiens, les provinces et les territoires, les entreprises ainsi que les organisations non gouvernementales sur le projet d'accord ainsi que sur les obstacles du marché européen sur lesquels il faut se pencher dans le contexte des négociations en cours à l'OMC.

Les ministres du Commerce canadien et européen présenteront des propositions pour l'élaboration de cet accord bilatéral au sommet Canada-UE à Ottawa en décembre 2003. Les négociations entre le Canada et l'UE sur le projet d'accord devraient commencer en décembre 2004.

« Alors que nous poursuivons nos efforts en vue de libéraliser le commerce à l'échelle mondiale, les relations entre le Canada et l'UE ont un potentiel inexploité, a déclaré le Ministre. Un accord visant à renforcer le commerce et l'investissement resserrerait nos liens avec l'UE, en particulier au moment où elle accueille de nouveaux membres. Nos objectifs sont clairs : nous voulons conclure un accord taillé à la mesure du commerce international au XXI^e siècle. J'encourage fortement les entreprises et les citoyens canadiens à participer à ces consultations en partageant leurs idées et opinions. »

Pour tout renseignement sur les consultations, cliquer sur www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/EU-fr.asp ✪

SMAU 2003

MILAN, ITALIE — 2-6 octobre 2003 — Le SMAU est le principal salon des technologies de l'information et des communications (TIC) de l'Italie, le deuxième en importance en Europe (après le CEBIT) et le plus important de la région méditerranéenne. L'an dernier, le SMAU a attiré plus de 2 500 exposants et plus de 450 000 visiteurs.

voir page 8 — SMAU

Un marché français en pleine construction

Le Salon Maison Bois s'érige

ANGERS, FRANCE — 3-6 octobre 2003 — Véritable lieu en France où peuvent se mesurer l'importance, les tendances et les réalités du marché de la construction bois, le Salon Maison Bois d'Angers réunit l'offre et la demande à une grande échelle. L'augmentation de la fréquentation du grand public témoigne de l'intérêt en la matière. Malgré l'importance de la demande, les enquêtes démontrent que l'offre déficiente constitue une entrave à la croissance de ce secteur. L'ambassade du Canada sera présente pour la quatrième année consécutive. La présence canadienne ne passe pas inaperçue à ce salon et au dire d'un exposant canadien, « C'est le marché de l'Europe le plus porteur. »

Les entreprises canadiennes qui veulent prendre part au salon peuvent communiquer avec M. Claude Roy, Gestion T.B. 2000 Inc., tél. : (819) 382-2608, téléc. : (819) 382-2970, courriel : c-roy@ivic.qc.ca

Pour plus de renseignements sur le secteur des matériaux de construction en France, communiquer avec M^{me} Cécile Bourdages, agente commerciale, ambassade du Canada, Paris, tél. : (011-33-1) 44-43-23-74, téléc. : (011-33-1) 44-43-29-98, courriel : cecile.bourdages@dfait-maeci.gc.ca internet : www.salon-maison-bois.com ✪

Le Guangxi Zhuang se fait accueillant en Chine

Invité par la région autonome du Guangxi Zhuang (RAGZ) à participer à la 12^e Semaine des sciences et de la technologie du Guangxi, qui a eu lieu en janvier 2003, le consulat général du Canada à Guangzhou a organisé une mission qui a connu beaucoup de succès. Cette mission comptait neuf entreprises canadiennes, deux représentants provinciaux et un membre du Conseil commercial Canada-Chine.

La mission a eu une incidence sur le soutien accordé par le Canada à plusieurs initiatives dans la région. La visite de deux jours à Nanning, capitale régionale, a permis aux participants de recueillir de première main des données sur le marché local et de rencontrer des décideurs clés des secteurs public et privé.

Aperçu du marché

La population de la RAGZ se chiffre à 47,1 millions d'habitants. Son produit intérieur brut s'élevait à 43,54 milliards de

dollars en 2001 et son taux de croissance, à 8,2 %.

Les principaux produits et les plus importantes ressources du Guangxi comprennent le sucre, les produits minéraux, les produits agricoles et les fruits, ainsi que l'énergie hydraulique (l'ensemble des réserves hydrauliques est évalué à 1,43 million de kilowatts). **Hydro-Québec** a une bonne présence dans la région.

En 2001, la valeur des exportations de la RAGZ à destination de l'Amérique du Nord a excédé 158 millions de dollars américains, la part des exportations de produits agricoles atteignant 30 millions de dollars américains.

Débouchés

Le gouvernement de la RAGZ a déployé des efforts considérables pour assurer une présence canadienne au **Festival international de la chanson folklorique de Nanning**, qui aura lieu en novembre 2003. Dans le secteur énergétique, les projets de développement de l'énergie hydraulique

du Guangxi pourraient bénéficier du savoir-faire canadien. Les projets d'exploration et de mise en valeur des ressources pétrolières et gazières au large des côtes pourraient également fournir des débouchés aux entreprises canadiennes. Les compétences canadiennes pourraient aussi être mises à contribution dans le cadre de programmes de cours d'anglais langue seconde donnant droit à un diplôme et de l'élaboration de programmes conjoints prévoyant l'octroi d'un diplôme par les deux établissements d'enseignement.

Dans le secteur des technologies de l'information et des communications, le matériel de télécommunications, les produits logiciels spécialisés et les produits électroniques sont en demande. Dans le secteur de la biotechnologie, la région concentre ses efforts dans la biotechnologie agricole et la médecine chinoise traditionnelle (MCT).

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Eileen Lao, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Guangzhou, tél. : (011-86-20) 8666-0569, téléc. : (011-86-20) 8667-2401, courriel : eileen.lao@dfait-maeci.gc.ca ou internet : www.guangxi.gov.cn ou www.investgx.gov.cn *

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport — rubrique « Pleins feux sur la Chine et Hong Kong ».)

La mission aérospatiale atterrit au Japon

En février 2003, le Japon accueillait une mission aérospatiale canadienne dirigée par Industrie Canada et l'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC). Parmi les participants, il y avait 13 représentants de 11 entreprises, dont **Pratt & Whitney Canada** et **Bombardier**, ainsi que quelques petites et moyennes entreprises. Des représentants des gouvernements de l'Alberta, du Québec et de l'Ontario en poste à Tokyo étaient également présents.

Des dirigeants de l'industrie aérospatiale japonaise ont fait des exposés, suivis d'une période de questions. Ils ont souligné les liens étroits qui existent déjà entre les entreprises canadiennes et japonaises, en

particulier le partenariat entre Bombardier et Mitsubishi Heavy Industries, et ils ont dit souhaiter que de nouvelles collaborations aussi fructueuses se nouent. Parmi les sujets abordés, citons le projet japonais de prototype d'avion de transport régional à réaction et l'acquisition, dans un proche avenir, d'appareils plus performants.

Les membres de la délégation canadienne ont aussi eu l'occasion de présenter le profil de leur entreprise devant un auditoire de quelque 170 personnes à l'ambassade du Canada. Les deux principales compagnies aériennes du Japon et les quatre grands fabricants de l'industrie aérospatiale japonaise avaient envoyé des représentants. Des délégués d'un grand nombre d'entreprises aérospatiales plus petites et de divisions

spécialisées de quelques grands conglomerats japonais étaient aussi présents.

Tisser des liens

Tous les représentants des entreprises participantes — qu'ils soient venus dans le but de se familiariser avec le marché japonais, d'établir des relations avec des clients et des distributeurs, ou d'évaluer la concurrence — ont tiré profit de l'événement. Nombreux sont ceux qui ont affirmé que la mission avait rapporté davantage qu'une simple visite individuelle. Il est prévu que des activités canado-japonaises de suivi seront organisées à l'occasion du prochain Salon aéronautique Paris-Le Bourget.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. David Moroz, délégué commercial, Direction du Japon, MAECI, courriel : david.moroz@dfait-maeci.gc.ca ou avec M. Yasujiro Yabe, délégué commercial, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : yasujiro.yabe@dfait-maeci.gc.ca *

Place aux entreprises autochtones

— suite de la page 1

monde entier. Neuf entreprises autochtones étaient réunies sous un chapiteau piloté par l'**Association d'affaires des Premiers Peuples (AAPP)**, un organisme qui fait la promotion et le développement d'alliances stratégiques et de partenariats entre les entreprises autochtones et les communautés d'affaires nationales et internationales.

Le pavillon autochtone, qui bénéficiait de l'appui financier des Affaires indiennes et du Nord Canada et d'Industrie Canada (Entreprise autochtone Canada), se trouvait à côté du pavillon du Canada. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) y avait coordonné la visite de 50 délégués commerciaux venus d'ambassades et de consulats du Canada des quatre coins du monde. Ils ont ainsi pu décrire aux entreprises canadiennes, dans le cadre d'un Café Export, les débouchés qui s'offrent dans chacun de leur marché.

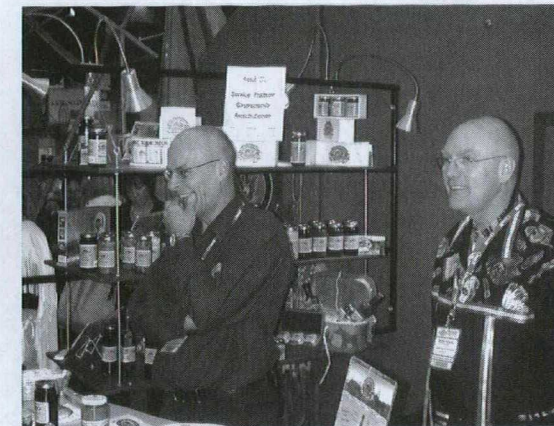
L'effort en valait la peine

« C'est mission accomplie », s'exclame M. Guy Beaudet, directeur général de l'AAPP. « Les entreprises étaient toutes très heureuses de leur expérience au SIAL; elles ont conclu des ventes et développé des marchés. Notre stratégie à l'AAPP était de travailler en amont, c'est-à-dire avec l'entrepreneur pour bien le préparer au SIAL. Ces efforts se sont révélés très utiles, » affirme-t-il.

De dire M^{me} Ellen Melcosky, présidente de **Little Miss Chief**, de Westbank (Colombie-Britannique), qui fait la commercialisation de produits fins à base de saumon du Pacifique : « Le SIAL fut une excellente occasion d'affaires pour notre compagnie. Nous avons entrepris des pourparlers avec des clients de la France, de l'Italie, de la Pologne ainsi que de l'Asie ».

De son côté, M^{me} Victoria Gordon, de **Nunavik Arctic Foods**, affirme que des clients de la France, d'ailleurs en Europe et d'aussi loin que Hong-Kong ont indiqué qu'ils s'intéressaient à commercialiser ses produits de caribou sauvage de la toundra québécoise.

M^{me} Suzanne Beaubien, directrice de **Délice boréal** qui commercialise les tisanes de la toundra, affirme que son produit est un véritable succès depuis sa mise en marché en octobre 2002. Mais elle souhaite continuer son expansion



MM. Gérald Le Gal et Henri Picard d'Aliments TOKA Foods

au-delà du marché intérieur.

Si certaines entreprises en sont à leurs débuts en terme d'exportation, d'autres sont venues au SIAL consolider un marché qui est déjà bien établi. **Bleuets Mistassini** et **Kagiwiosa Manomin** font partie de ces entreprises qui ont déjà intégré le grand marché mondial. **Bleuets Mistassini**, de Dolbeau-Mistassini (Québec), fait la transformation, la congélation et la vente de bleuets sauvages et biologiques. Elle exporte plus de 95 % de ses produits à l'étranger, principalement aux États-Unis et en Europe, mais également au Japon et au Mexique.

Établie à Dryden (Ontario), **Kagiwiosa Manomin** fait la transformation de pro-

duits à base de riz sauvage. L'entreprise existe depuis 1987 et 50 % de sa marchandise est exportée vers l'Allemagne et la Suisse. Pour ces entreprises, le SIAL est une occasion d'affaires intéressante et une porte d'entrée vers de nouveaux marchés pour leurs produits existants, ainsi qu'une rampe de lancement pour les nouveaux produits.

D'autres entreprises comme **Oska International** de Wendake, en banlieue de Québec, **Kitikmeot Foods** située à Cambridge Bay au Nunavut et **Kivaliq Arctic foods**, de Rankin Inlet, ont profité du SIAL pour établir de solides ponts avec le marché intérieur et nord-américain.

Produits autochtones populaires

La plupart des exposants au pavillon autochtone avaient déjà participé au SIAL 2001 où ils avaient constaté qu'il existe une demande pour les aliments autochtones. « Les gens veulent revenir vers quelque chose de plus écologique, de plus authentique et respectueux de l'environnement, comme les produits autochtones », affirme M. Beaudet de l'AAPP.

Même son de cloche de M^{me} Gordon qui croit que les clients « veulent beaucoup plus qu'un produit : une expérience naturelle ». Il y a donc tout un marché à conquérir pour ces entreprises autochtones.

Pour tout renseignement sur les entreprises autochtones, communiquer avec Industrie Canada, tél. : **1-800 O-CANADA**, internet :

www.abc-eac.ic.gc.ca ou joindre l'AAPP, tél. : **(418) 843-4535**, courriel : info@aappfpba.org

Pour renseignements sur les exportations autochtones, communiquer avec M^{me} Rosi Niedermayer, MAECI, tél. : **(613) 944-0634**, courriel : rosi.niedermayer@dfait-maeci.gc.ca internet : aboriginalplanet.gc.ca

Pour plus de renseignements sur les Premières nations au Canada, communiquer avec les Affaires indiennes et du Nord Canada, tél. : **(819) 997-0380**, courriel : InfoPubs@aainc-inac.gc.ca *

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport Cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».)

République dominicaine

— suite de la page 1

Le Premier ministre Jean Chrétien a assisté, le mois dernier, à Saint-Domingue, en compagnie du Président de la République dominicaine Hipólito Mejía, à la conclusion de sept nouveaux accords entre des institutions canadiennes et dominicaines. Ces accords renforceront la coopération en matière de commerce, de production d'énergie, de construction et d'énergie renouvelable.

« Ces accords donnent une idée du potentiel d'investissement considérable en République dominicaine, a déclaré le Premier ministre Chrétien. Les entreprises des deux pays se rendent compte de ce qu'il y a à gagner à plus de coopération, laquelle prépare le terrain pour des partenariats élargis et approfondis. »

Le Premier ministre s'est également félicité d'apprendre que des projets de **SNC-Lavalin** et de **Placer Dome**, toutes deux entreprises canadiennes, venaient de recevoir l'aval du Congrès dominicain et seraient donc réalisés. Il a aussi mentionné que l'Agence canadienne de développement international (ACDI) verserait 17,8 millions de dollars pour deux programmes de coopération pour le développement avec la République dominicaine portant, respectivement, sur la gestion du bassin hydrographique et sur le VIH/sida.

Les nouveaux contrats et protocoles d'ententes signés sont évalués à plus de 800 million \$ US. Ils comprennent, notamment, des ententes entre : **Acres International Ltd./MAK Alliances** et Monte Rio S.A./Indescorp S.A. (35 millions \$ US); la **CCC** (Corporation commerciale canadienne) et la Société dominicaine d'électricité (CDE) (35 millions \$ US); la **CCC** et la CAASD,

organisme responsable de l'eau à Saint-Domingue (230 millions \$ US); la **GlobeStar Mining Corporation** qui exploitera les gisements d'or et de cuivre de Cerro de Maimón (48 millions \$ US); la **Société canadienne des postes** et INPOSDOM, son pendant dominicain (4 millions \$ US); et **Tecult International Ltd.** et la municipalité de Santiago (80 millions \$ US).

Des renseignements supplémentaires sur les accords sont fournis dans la version intégrale à www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport ou communiquer avec M^{me} Cristina Amiama, agent commercial, ambassade du Canada en République dominicaine, tél. : (1-809) 685-1136, téléc. : (1-809) 682-2691, courriel : cristina.amiama@dfait-maeci.gc.ca internet : www.santodomingo.gc.ca *

Oil & Gas Asia 2003

KUALA LUMPUR, MALAISIE — 14-17 juillet 2003 — Les exportateurs canadiens sont invités à exposer leurs produits au pavillon du Canada lors de la foire commerciale **Oil & Gas Asia 2003**, avec l'appui du haut-commissariat du Canada à Kuala Lumpur.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Douglas Holland, délégué commercial, haut-commissariat du Canada à Kuala Lumpur, tél. : (011-603) 2718-3333, téléc. : (011-603) 2718-3391, courriel : douglas.holland@dfait-maeci.gc.ca ou s'adresser à UNILINK, les organisateurs du pavillon du Canada, tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528, courriel : as@unilinkfairs.com *

SMAU 2003 — suite de la page 5

Encore cette année, le gouvernement du Canada s'est engagé à mettre en valeur la participation canadienne à ce salon. À cette fin, un pavillon du Canada sera mis sur pied lors du SMAU 2003 et des activités de jumelage et des colloques seront organisés. Les entreprises canadiennes qui exposeront dans le pavillon auront l'occasion de rencontrer d'éventuels partenaires et clients italiens et de tirer parti de tous les services offerts par le Service des délégués commerciaux.

Pour plus de renseignements sur le SMAU 2003 (date limite d'inscription le **13 juin**), communiquer avec M^{me} Lucia Tubaro, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 6758-3359, téléc. : (011-39-02) 6758-3900, courriel : lucia.tubaro@dfait-maeci.gc.ca internet : www.eciq.net/smau2003 *

HOFEX 2003

HONG KONG — 5-18 juillet 2003 — **HOFEX 2003**, l'exposition asiatique des aliments et boissons, qui devait avoir lieu du 6 au 9 mai 2003, aura maintenant lieu en juillet. *
(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport Cliquer sur la rubrique « Foires et missions commerciales ».)

Service des renseignements

Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**; région d'Ottawa : (613) 944-4000 ou par télécopieur au (613) 996-9709; en appelant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au (613) 944-4500; ou, encore, en consultant le site internet du MAECI à www.dfait-maeci.gc.ca

Retourner en cas de non-livraison à
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (ON) K1A 0G2

Postes Canada
Numéro de convention 40064047