

S
.61926937

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

FEB 20 1995
FEV

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°1

15 janvier 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Jordanie : débouchés en équipement médical

Selon un rapport d'experts-conseils préparé pour l'ambassade du Canada à Amman, les lits, le matériel médical et les médicaments sont parmi les articles recherchés par le secteur médical en Jordanie. Le pays, qui devient un centre médical régional, a aussi besoin de technologie médicale de pointe, de services, d'hôpitaux et de matériel. Des débouchés considérables sont ainsi créés pour les sociétés canadiennes.

On recherche aussi des lits obstétricaux, et il y a un besoin urgent de lits pour malades dans les cas d'urgence.

Dans le domaine pharmaceutique, les Jordaniens étudient la possibilité de produire des matières premières destinées à leurs produits. Dans ce domaine, le savoir-faire canadien pourrait jouer un rôle, indique le rapport. Le gros de la production pharmaceutique de la Jordanie est exporté, mais le marché intérieur dépend encore grandement des produits importés.

A l'heure actuelle, le Canada accapare une petite part du marché; toutefois, d'après le rapport, la demande de nouveaux médicaments est importante et la pénurie actuelle est grave. "Cela pourrait fournir aux Canadiens la possibilité de participer au marché des produits pharmaceutiques," surtout que l'on a grandement besoin de médicaments dispendieux utilisés pour le traitement du cancer, les problèmes cardiaques et les maladies psychiatriques.

Tous les besoins ne sont pas liés aux médicaments; les fabricants locaux produisent des produits de nettoyage et d'autres produits ayant un caractère parapharmaceutique.

A cet égard, les sociétés canadiennes pourraient explorer les possibilités d'établissement d'entreprises conjointes ou

d'accords de concession de licences en vue d'exporter des produits en Jordanie.

Toutes les importations de produits pharmaceutiques doivent obtenir une

(Voir page 10 : La Jordanie.)

DANS CE NUMÉRO	
Contrats fédéraux aux États-Unis 2	
Débouchés commerciaux	3
Foires commerciales	4 & 9
Contrats, Centres de commerce ..	10
L'Australie : florissant marché des pièces pour camion	11
Calendrier/Publications	12

Séminaires sur la libéralisation des contrôles à l'exportation

"Les nouvelles modifications importantes apportées au Système de contrôle des exportations et le marché croissant des produits de haute technologie en Europe de l'Est" est le thème d'une série de séminaires devant se tenir à travers le Canada à compter du mois prochain.

On prévoit que de nombreuses entre-

prises participeront aux séminaires, et l'on encourage les parties intéressées — surtout celles qui exportent déjà — à participer et à s'inscrire rapidement.

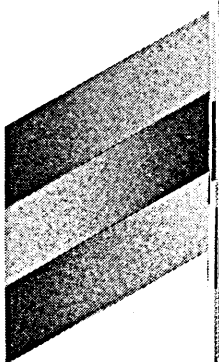
Les séminaires mettront surtout l'accent sur les modifications importantes (qui ont entraîné une libéralisation accrue) apportées au Comité de coordination du contrôle des échanges stratégiques et entrées en vigueur le 1^{er} septembre 1991. Cependant, des experts seront présents pour répondre aux questions opportunes sur les débouchés en Europe de l'Est.

Les séminaires intéresseront en particulier les gestionnaires de marketing et de production, les spécialistes devant être informés des modifications apportées aux contrôles des exportations (en particulier, les modifications reliées au Comité), les courtiers en douane et les transitaires.

De nouveaux renseignements seront aussi fournis sur les initiatives de non prolifération telles que les produits nucléaires à usages doubles, les produits chimiques et la technologie relative aux missiles — et sur ce que ces initiatives représentent pour les exportateurs canadiens.

Des exemplaires du "nouveau format" de la *Liste de marchandises d'exportation contrôlée*, maintenant plus facile à utiliser, seront distribués gratuitement. Le but est d'informer davantage le public des contrôles globaux de l'exportation au Canada et de rendre l'ensemble du système plus transparent.

Pleins feux sur l'Amérique centrale
Supplément pages 5-8



Canada

(Voir page 2 : Exportation.)

Appels d'offres du gouvernement américain ouverts aux entreprises canadiennes

Les entreprises canadiennes peuvent soumissionner des contrats relatifs à des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnements et Services Canada). Les appels d'offres seront lancés d'après le calendrier ci-dessous; la période de soumission se termine d'habitude 30 jours après la date de l'appel d'offres.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — composantes électriques et électroniques et matériel de mise à l'essai.

Valeur prévue du contrat : 300 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 25.

Date de la prochaine période de soumission : août 1992; date d'entrée en vigueur : janvier 1993.

Période du contrat : 1^{er} août 1991 - 31 juillet 1995.

N° du projet : 66 II H.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Charita Saculles, tél. : (703) 557-9403.

Produit : Machines industrielles spé-

ciales — plaques d'impression lithographique, solutions et originaux; matériel d'impression, de reproduction et de reliure; machines de pulvérisation, de trituration et de broyage.

Valeur prévue du contrat :

108 634 000 \$.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 30.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : octobre 1992.

Période du contrat : 1^{er} juillet 1991 - 30 juin 1994.

N° du projet : 36 II.

Renseignements : GSA Office Equipment Commodity Center, Philip Cohen, tél. : (703) 557-9292.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — systèmes d'analyse chimique du sang; pipettes de dilution ou systèmes de pipetage.

Valeur prévue du contrat : 260 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 30.

Date de la prochaine période de soumission : octobre 1992.

Période du contrat : 1^{er} octobre 1990 - 30 septembre 1994.

N° du projet : 66 II A.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity

Center, Brian Jameison, tél. : (703) 557-8626.

Produit : Meubles ménagers remboursés.

Valeur prévue du contrat : 200 000 \$.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 36.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : octobre 1992.

Période du contrat : 1^{er} mai 1991 - 30 avril 1996.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Jimmy Reid, tél. : (703) 557-5211.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour informations générales, s'adresser à M^{me} Judith Bradt, ambassade du Canada à Washington, D.C. Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

Séminaires sur les contrôles...

(Suite de la première page.)

diens et les centres de commerce international partout au pays.

Voici les lieux et les dates de ces séminaires :

Ottawa, 12 février; **Montréal**, 13 février; **Halifax**, 14 février; **Toronto**, 17 février; **Winnipeg**, 18 février; **Calgary**, 20 février; et **Vancouver**, 21 février.

Pour obtenir de plus amples renseignements et un formulaire de demande, communiquer avec M. George Rogerson, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :

René-François Désamorsé

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Débouchés commerciaux

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

BANGLADESH — Une entreprise désire représenter des fabricants et des exportateurs canadiens de **produits industriels et de consommation**. Communiquer avec Anil K. Dey, Managing Director, Deybon Tradeways, 10, Motijheel Commercial Area, G.P. O. Box No. 102306 Dhaka, Bangladesh. Télécopieur : (8802) 411197. Télex : 64260 BHL BJ DEYBON.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise bien établie, possédant de nombreuses relations dans l'industrie, désire communiquer avec des fabricants de matériel ou de logiciels reliés au matériel de surveillance de l'environnement et de contrôle des procédés. La société a pour objectif de distribuer ces produits au Royaume-Uni et en Europe, séparément et incorporés à des systèmes qu'elle a conçus. Communiquer avec Bob Whaley, Marketing Manager, Marconi Environmental Systems, Eletta Avenue, Waterlooville, Hampshire PO7 7XS, England. Tél. : 011-44-705-264466. Télécopieur : 011-44-705-260246.

HONGRIE — Le producteur de verre le plus ancien au pays, dont les produits faits à la main sont de qualité supérieure, recherche des partenaires commerciaux ou des investisseurs éventuels. Communiquer avec Atila

Muller, General Manager, Parad Glass Factory Ltd., H-3242, Paradasasvar Rakoczi ut 46-48, Budapest, Hungary. Tél. : (36) 36-64-123. Télécopieur : (36) 36-64-494.

INDE — Un appel d'offres, dont la date de clôture est le 5 mars 1992, a été lancé par la Karnataka Power Corporation Ltd. de Bangalore pour le transport, l'installation et la mise en marche de trois groupes électrogènes

tiges et de profils extrudés en polyéthylène de qualité industrielle (qualité inférieure, haute qualité et très haute qualité — pas de qualité flexible). Communiquer avec Barry Pett, General Manager, Addington Engineering Company Limited, P.O. Box 4289, Christchurch, New Zealand. Télécopieur : 64-3-794-739.

SUISSE — Une entreprise commerciale recherche de grandes quantités de produits désuets et d'excès de stock, notamment des jouets, de la poudre de blanchissage (pour la lessive et la vaisselle) et des produits de beauté (shampooings, crème solaire, rouge à lèvres, vernis à ongles). Communiquer avec General Stock Lots, Swiss Division, 40 Rue de Neuchatel, CH-1400, Yverdon-Les-Bains, Switzerland. Tél. : 024-21-00-47. Télécopieur : 024-21-34-20. Télex : 457-2999 TXC CH (Att : Continental Switzerland).

Importateurs Panaméens

Les importateurs admissibles suivants recherchent divers produits canadiens :

- Juan D. Medrano, Presidente de Grupo Cofisa, S.A., importe des additifs pour béton, des fournitures de plomberie, des accessoires de salle de bains et de cuisine. Apartado Postal 11055, Panama 6, Panama. Tél. : (011-507) 241877. Télécopieur : (011-507) 216860.
- Mario Chamorro, Gerente, Hopsa, importe des panneaux muraux, des bains giratoires, des cuves thermales, des produits de construction décoratifs, des vis et des organes d'assemblage. Apartado B-2, Panama 9A. Tél. : (011-507) 363000. Télécopieur : (011-507) 362875.
- Julian Palacio, Gerente de Mercado, Grupo Rodelag S.A., désire importer les produits suivants : pompes à eau, câbles électriques, échafaudages, humidificateurs et ventilateurs, serrures, matériel de sécurité et bois de construction. Apartado 4503, Panama 5. Tél. : (011-507) 362333. Télécopieur : (011-507) 363187.
- Alfredo Enrique Vargas, Presidente, Inversiones Sagrav, S.A. (propriétaire de filiales au Costa Rica, en Jamaïque et à Porto Rico) désire importer ce qui suit : tuiles, quincaillerie de construction, produits de construction décoratifs, fournitures de plomberie, bois de construction, serrures, matériel de sécurité, matériaux d'isolation, contre-plaqué et placage. Apartado 9A-1050, Panama 9A. Tél. : (011-507) 330902. Télécopieur : (011-507) 335685.

de 50 MW, de matériel auxiliaire et connexe et de systèmes de contrôle, destinés à la centrale électrique de Kadra Dam. Les documents coûtent 136 \$ US. Pour obtenir de l'aide, communiquer avec le consulat du Canada, Bombay (Inde). Télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise désire prendre contact avec des fabricants et des fournisseurs de tôle, de

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant d'articles en plastique et en métal désireux d'étendre sa ligne de produits, veut conclure un accord de coopération et d'entreprise conjointe avec des entreprises canadiennes. Contacter Karel Jemelka, Plastico Domazlice, P.O. Box 1, 751 15 Domazlice u Prerova, Czechoslovakia. Tél. : 42-641-91539. Télécopieur : 42-641-91293.

Entreprises recherchées pour une foire sur le pétrole et le gaz

Moscou — Des sociétés qui répondent aux critères d'admissibilité sont recherchées pour participer au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à Neftegaz'92. Cette importante foire commerciale de pétrole et de gaz se tiendra à Moscou, du 19 au 27 mai.

Les républiques soviétiques (en particulier la République de Russie) offrent de nombreux débouchés commerciaux au secteur canadien de l'énergie. Les exportations accrues d'énergie permettent aux entreprises conjointes établies par des sociétés occidentales et locales, qui comportent le partage de la production, de réaliser des profits. En fait, la Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale de l'Est, à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, indique que le secteur le plus actif est celui de l'énergie. De plus, c'est également dans ce secteur que les sociétés canadiennes réussissent le mieux en République de Russie et au Kazakhstan.

Des projets sont en cours d'exécution dans le domaine de la récupération améliorée du pétrole, la régénération des puits de pétrole, l'exploration géologique, les pipelines, le raffinage des

produits pétrochimiques, la construction et la conservation de l'énergie.

Pour être admissibles à exposer au pavillon national, les participants doivent se conformer aux éléments suivants : être une entreprise constituée en société, être prêts à exporter, être enregistrés ou en cours d'enregistrement à Exportations WIN (réseau mondial d'information sur les exportations d'AECEC), être établis et exercer des activités au Canada depuis au moins deux ans et avoir des données sur les ventes réalisées pendant ces deux années, ou avoir des ventes annuelles de plus de 100 000 \$. Les participants doivent aussi avoir satisfait aux exigences en matière de déclaration de toute aide fournie antérieurement dans le cadre du PDME.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur Neftegaz'92 ou sur les critères d'admissibilité, communiquer — dès que possible — avec Mme Thérèse Gervais, Foires commerciales et missions - Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Télécopieur : (613) 995-6319.

Salons des produits médicaux

Atlantic City — Les fournisseurs canadiens de produits et de services relatifs aux soins de santé ont la possibilité de pénétrer le vaste marché des États-Unis d'une valeur annuelle dépassant 39 milliards de dollars (dépenses reliées aux hôpitaux seulement).

Ils peuvent participer au pavillon national du Canada au 1992 Middle Atlantic Health Congress (MAHC) Trade Show, qui se tiendra les 20 et 21 mai à Atlantic City (New Jersey).

Le MACH Trade Show permet aux membres du Middle Atlantic Health Congress (représentant plus de 700 installations de soins de santé à New York, en Pennsylvanie et dans le Delaware) de rencontrer des fournisseurs de produits et de services de santé en vue de prendre des décisions d'achat.

Pour de plus amples renseignements sur la participation à cette foire commerciale, communiquer — d'ici le 15 février 1992 — avec Donald H. Garretson, Jr., Canadian Consulate General, New York City. Tél. : (212) 768-2400. Télécopieur : (212) 768-2440.

Belgique : trois expositions sur la technologie de l'information

L'ambassade du Canada à Bruxelles participera à trois foires commerciales importantes en Belgique, dans le domaine de la technologie de l'information (TI).

Cette implication dans ces événements vise à tirer parti du marché croissant de la technologie de l'information (TI) en Belgique — pays considéré par beaucoup comme le point d'entrée des sociétés désirant prendre pied sur le marché européen unique de 1992 — et pour faire la promotion de la technologie et du savoir-faire canadiens dans le domaine de la TI. Les entreprises canadiennes sont invitées à participer aux foires suivantes :

- **Software Automation** — 25 et 26 mars 1992 — Kortrijk; une foire commerciale annuelle de logiciels de pointe.
- **TMAB Exhibition** — 8-9 avril 1992 — Bruxelles; une rencontre annuelle de l'industrie belge des télécommunications.
- **InterEleoc** — 18-25 novembre 1992 — Ghent; l'exposition principale d'automatisation, de composantes et de matériel d'essai et de mesure.

L'ambassade organisera aussi, en novembre 1992, un séminaire sur les télécommunications canadiennes.

Les entreprises qui désirent participer de concert avec l'ambassade à ces activités ou obtenir d'autres renseignements peuvent contacter Mme Céline Boies, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7544.

Les sociétés peuvent aussi communiquer avec M. Freddy Dutoit, agent commercial, ambassade du Canada, 2, avenue de Tervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Tél. : (011-32-2) 735-6040. Télécopieur : (011-32-2) 735-3383.

L'Amérique centrale**Un marché de plus en plus intéressant**

par Don Wight

Étant donné que les prévisions indiquent que la paix va durer et que la croissance économique sera renouvelée au cours de la prochaine décennie (et au-delà de celle-ci), l'Amérique centrale (qui comprend Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica et Panama), se révèle une région à considérer par les exportateurs canadiens.

Avec des salaires relativement bas, une population (30 millions) ayant reçu un enseignement assez bon et dont la richesse augmente, des États ayant une capacité croissante d'emprunter des fonds pour des projets d'immobilisations et de l'infrastructure, on peut conclure que plusieurs nouvelles occasions s'offrent aux entreprises canadiennes dans la région.

Ce climat favorable est encore renforcé par le fait que les gouvernements de la région sont en train de réduire les tarifs ainsi que les restrictions en matière d'importation et de contrôle de la monnaie. Ils font aussi la promotion des investissements étrangers afin de développer des économies plus concurrentielles et axées sur l'exportation.

D'ailleurs, tous les pays sauf, le Honduras et le Panama (qui ont demandé l'adhésion), sont des signataires de l'Accord sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). De plus, on oeuvre à la rénovation de la coopération régionale pour les questions de douanes et de tarifs.

A noter également : la diminution considérable de la dette de la région entraîne la relance des prêts pour immobilisation par les institutions de financement internationales. Au cours de la prochaine décennie, entre un et deux milliards de dollars seront fournis comme prêts à la région par la Banque mondiale, la Banque centro-américaine d'intégration

En 1990, les exportations du Canada vers l'Amérique centrale ont atteint

environ 105 millions de dollars par an et les importations environ 195 millions de dollars. Le déficit du Canada était donc de l'ordre de 90 millions de dollars. Traditionnellement, le Canada a exporté des matières premières allant de la pâte à papier aux légumes en passant par le papier, les engrais, le plastique, les produits chimiques, les céréales, le carburant, l'huile comestible, le lait en poudre et les produits laitiers.

Alors que les pays continuent à devenir de plus en plus prospères, ces expor-

tations canadiennes qui, bien qu'elles se poursuivent, seront probablement suppléées par des produits finis et par des technologies, des services et un savoir-faire plus modernes et plus avancés.

Vous trouverez ci-joint une ventilation générale par pays, comprenant les renseignements susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens déjà en affaires dans la région et ceux qui envisagent d'explorer les débouchés sur ce marché de plus en plus intéressant et important.

La demande au Guatemala s'apparie à l'offre du Canada

Avec une économie axée sur le secteur privé, le Guatemala est un pays où il n'existe presque pas de restrictions en matière d'importation. Le marché, comme dans la plupart des pays d'Amérique centrale, est très concurrentiel. Bien que l'on tienne compte de la qualité des produits, les prix les plus bas sont habituellement un gage de succès dans les ventes.

Le Guatemala importe des produits et des services pour environ 1,7 milliard de dollars par an. En 1990, la part du Canada a été de 28,1 millions de dollars; les exportations ont surtout consisté en produits laitiers et alimentaires, en poisson préparé, en pâte et papier, en engrais et en plastique.

Le Guatemala est le pays le plus peuplé (9,2 millions d'habitants) d'Amérique centrale. Il a établi des plans de développement qui s'apparentent aux capacités de fourniture du Canada telles que l'énergie, le transport, les télécommunications, la santé et l'enseignement. L'agriculture et l'industrie sont aussi deux secteurs dynamiques qui offrent des débouchés pour la vente de matières brutes, de technologie et de services de consultation.

Les débouchés commerciaux à court terme — pour lesquels le service commercial de l'ambassade du Canada peut suggérer une représentation locale et qui offrent des possibilités immédiates — comprennent le matériel et les accessoires informatiques, les matières premières destinées aux industries du plastique et des produits pharmaceutiques, les produits alimentaires préparés, le petit matériel agricole et les produits spéciaux en papier.

Dans le secteur du pétrole, il existe de nombreuses possibilités d'exportation de matériel géophysique et de forage, de matériel et de technologie dans le domaine des pipelines ainsi que de services reliés au pétrole.

En fait, dans le domaine des projets d'immobilisations, secteur pétrolier, le gouvernement du Guatemala compte exécuter trois projets en 1992 : les installations de stockage des produits pétroliers du Penate, sur la côte Pacifique; une installation de stockage de gaz de pétrole liquéfié sur la côte Atlantique, et la construction d'un pipeline de produits pétroliers de 110 km.

Ces trois projets seront probablement
(Voir page 6 — Le Guatemala.)

Guatemala

(Suite de la page 5.)

déclarés comme priorités nationales et feront l'objet d'un appel d'offres dès que les documents de soumission et le cahier des charges seront prêts. En raison du taux de chômage élevé, du faible coût de la main-d'oeuvre et du faible fardeau fiscal, le Guatemala attire les investissements étrangers, en particulier dans le secteur manufacturier. Le gouvernement offre des mesures d'encouragement fiscale aux investisseurs étrangers dans les industries qui exportent.

A propos du marketing, il est très important que les exportateurs visitent les marchés. Cette démarche permet de rencontrer des représentants, des distributeurs et des clients éventuels en plus d'étudier la concurrence. Lorsque les débouchés sont prometteurs, il est conseillé de faire d'autres visites. D'habitude, deux à trois visites sont nécessaires pour obtenir un certain succès.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur les débouchés commerciaux et de l'information sur l'état des projets, communiquer avec le service commercial de l'ambassade du Canada à l'adresse suivante : Commercial Section, Canadian Embassy, 7A Avenida 11-59, Zona 9, Edificio Galerías Esapana, 6 nivel, Guatemala City, Guatemala. Tél. : (011-502-2) 321411/321418/321426. Télécopieur : (011-502-2) 321419.

Ambassades

Ambassade du Canada, Apartado Postal 10303-1000, San Jose, Costa Rica. Tél. : (011-506) 55-35-22. Télécopieur : (011-506) 23-23-95. Telex : (Code de destination 376) 2179 (DOMCAN CR).

Ambassade du Canada, P.O. Box 400, Guatemala City, Guatemala. Tél. : (011-502-2) 321411/321413/321426. Télécopieur : (011-502-2) 321419. Telex : (Code de destination 372) 5206 (5206 CANADA GU).

Salvador : climat d'affaires et d'investissements accueillant

Les exportations canadiennes à El Salvador, le pays le plus petit et à la densité de population la plus forte (5,3 millions d'habitants) en Amérique centrale, varient grandement d'une année à l'autre en raison de la fluctuation de l'offre et de la compétitivité des prix.

Au Honduras, la patience paie

Le Honduras importe des produits et services d'une valeur d'environ un milliard de dollars US par an. Les débouchés se retrouvent surtout dans le secteur privé qui a recommencé à investir.

En 1990, les exportations canadiennes au Honduras ont atteint 10 millions de dollars; elles ont consisté principalement en produits en papier en produits alimentaires (poisson et fruits de mer transformés, lait en poudre), en produits chimiques et en plastiques.

Parmi les débouchés, on peut notamment mentionner la fourniture de produits agricoles, y compris des produits chimiques, des engrais, des animaux géniteurs et une vaste gamme d'appareils. Le gouvernement favorise nettement l'établissement de zones industrielles hors taxes.

Les autres mesures d'encouragement comprennent des exonérations temporaires d'impôt et des remboursements d'impôts à l'exportation. Ces mesures visent les industries qui réaliseront des revenus à l'exportation.

Au Honduras, d'importants projets en cours d'exécution sont financés par les institutions financières internationales (IFI). On les retrouve surtout dans les domaines du transport (routes, ponts, ports), du traitement des eaux, de la production d'électricité et de l'environnement. Avec une économie améliorée, les nouveaux projets financés par les IFI sont susceptibles de débiter dans les secteurs de l'électricité, du transport, de la santé et de l'enseignement.

En 1990, les exportations canadiennes se sont élevées à 15,2 millions de dollars. Les produits exportés en grand volume et les produits traditionnels étaient les suivants : produits agricoles, matières brutes industrielles, papier journal, produits chimiques et plastique.

Actuellement, le marché est ouvert à de nombreux produits canadiens, y compris les matériaux de construction, les instruments et la charpente, le matériel de télécommunication et les produits électroniques.

L'exportation de produits agricoles, incluant des produits agro-chimiques, du matériel génétique et des fournitures vétérinaires, offre aussi des débouchés. De plus, il se peut que la compagnie nationale de téléphone, Antel, achète de nouvelles lignes et du matériel de commutation.

À court terme, les projets de pipeline financés par les institutions de financement internationales seront relativement petits. Mais la Banque interaméricaine de développement finance des projets dans des domaines tels l'électricité, la construction de routes et l'enseignement.

Les lois civile et commerciale créent un climat d'affaires et d'investissement accueillant. L'attitude du gouvernement est ouverte est équitable tant à l'égard de la propriété et de l'investissement étranger qu'au règlement des litiges relatifs aux capitaux et au rapatriement des capitaux.

Le pays possède une infrastructure dynamique de promotion des investissements. Il fournit des mesures d'encouragement aux fabricants désirant s'établir dans le pays — surtout lorsque l'industrie est susceptible de réaliser des revenus grâce à l'exportation.

En affaires, il faut prendre les précautions d'usage, et il vaut la peine de noter que le Canada n'a pas d'accord bilatéral de protection des investissements avec l'El Salvador.

Produits de base recherchés au Nicaragua

Le Canada a une bonne réputation au Nicaragua et, bien que les exportateurs doivent être imaginatifs lorsqu'il s'agit du transport (aucun moyen direct n'étant disponible du Canada) ce marché de quatre millions de personnes pourrait être intéressant et lucratif pour les entreprises en mesure de répondre aux besoins du pays.

Quelques sociétés canadiennes ont déjà réagi; en 1990, les exportations canadiennes ont atteint 10,8 millions de dollars (par rapport à 20,1 millions en 1989). Les exportations ont surtout consisté en légumes (pommes de terre), en machines et en pièces électriques.

Cependant, il existe aussi de nombreux débouchés en ce qui concerne l'exportation de matières premières et de matériel industriel, de fournitures médicales ainsi que de matériel d'hôpitaux, de transport, électrique, de télécommunications et agricole.

En fait, après presque 12 ans de ralentissement économique, le Nicaragua a besoin de presque chaque produit de base qu'on puisse imaginer. En particulier, comme on accorde la priorité à l'agriculture, au secteur manufacturier et à la construction, il devrait y avoir une augmentation rapide de la demande de machines, de matériel et de matériaux dans ces secteurs.

En raison d'une pénurie imminente d'énergie et de la nécessité d'améliorer grandement l'infrastructure dans les secteurs du transport, de l'eau, des eaux usées, de l'environnement et de l'enseignement, des projets financés à l'échelle internationale devraient intéresser les sociétés canadiennes, à l'avenir. En outre, le gouvernement recherche de plus en plus du transfert de la technologie et des investissements. Il désire modifier ses lois afin d'attirer les investissements étrangers. (Jusqu'à présent, le Canada n'a pas encore conclu d'accord de protection des investissements étrangers avec le Nicaragua).

Le Costa Rica, un pays stable

En 1990, le Canada a exporté des produits d'une valeur de 25,6 millions de dollars au Costa Rica. Ce pays

compte environ trois millions d'habitants et jouit d'une stabilité politique depuis plus de 100 ans.

Les principales exportations canadiennes vers ce pays sont les suivantes : pâte, papier, engrais, plastique, machines et pièces électriques.

Les dépenses importantes du gouvernement pour les grands projets seront limitées à court terme. Toutefois, un certain nombre de projets financés par les institutions de financement internationales pourraient intéresser les entreprises canadiennes. Il s'agit des domaines du transport, de la production d'électricité, du traitement de l'eau et de l'environnement.

Les lois civile et commerciale assurent un climat accueillant pour le commerce et l'investissement. La propriété et les investissements étrangers, le règlement des litiges commerciaux et le rapatriement des capitaux sont établis sur une base nationale. Quant au gouvernement, il a une attitude ouverte et équitable.

Toutefois, les règlements peuvent être parfois complexes et l'on conseille aux gens d'affaires de prendre les précautions d'usage lorsqu'ils font du commerce.

Le gouvernement offre diverses mesures d'encouragement aux investisseurs qui exportent leurs produits. En fait, il existe des avantages certains à investir au Costa Rica dans des domaines où l'on exporte.

En raison du niveau de vie élevé, du grand nombre de travailleurs spécialisés et d'une infrastructure bien développée, le Costa Rica est récemment devenu un pays dans lequel il est avantageux d'investir en Amérique latine et dans les Antilles. L'organisme de promotion des investissements (CINDE) et le ministère du commerce extérieur (CENPRO) du Costa Rica sont bien structurés pour procurer aux fournisseurs éventuels les renseignements requis.

Conseils pratiques

- L'espagnol est la langue officielle de la région mais l'anglais est la langue habituellement utilisée pour traiter en affaires.
- Le marché d'Amérique centrale est hautement concurrentiel en raison de sa proximité des ports du sud des États-Unis.
- La qualité est très importante, surtout lorsqu'on fait du commerce avec de riches gens d'affaires de la région.
- Les exportateurs canadiens doivent fournir un service après vente irréprochable dans cette région.
- Les exportateurs devraient être fin prêts à visiter leurs clients une fois l'an, préférablement deux fois.
- D'habitude, les importations sont payées soit par lettre de crédit confirmée soit sur une base de paiement au comptant sur présentation des documents.
- Les offres de prix devraient toujours être sur une base CAF et en \$ US.
- Dans la plupart des pays d'Amérique centrale, les produits sont assujettis à deux droits : un droit précis établi en \$ US par kg brut; plus un droit ad valorem sur la valeur CAF.
- Toutes les grandes banques canadiennes ont des banques correspondantes dans les capitales de la région; il est donc facile d'obtenir les documents d'importation ou d'exportation nécessaires.
- Dans les ambassades, les délégués commerciaux peuvent fournir des conseils sur un certain nombre de questions.
- La participation aux foires commerciales (voir EXPOCOMER à la page 9) s'avère une bonne manière d'explorer les marchés dans la région.

Panama : un marché de 30 millions de \$ pour le Canada

Le Panama a toujours été un marché intéressant (30 millions de dollars annuellement, malgré les sanctions économiques américaines imposées pendant le règne de Noriega) pour les produits canadiens. Ces exportations ont diminué jusqu'à 15,1 millions de dollars en 1990, surtout à cause de l'adaptation du pays à l'institutionnalisation démocratique.

Actuellement, tout indique qu'au cours des quelques prochaines années, des débouchés s'offriront aux fournisseurs canadiens. Il s'agit surtout de produits agricoles, de produits alimentaires, de matériaux de construction, de matériel de télécommunications, de produits pharmaceutiques, de pièces d'automobiles et de produits de consommation de masse.

Comme l'a révélé CAPAC, un salon de la construction et des matériaux de construction qui a eu lieu récemment dans ce pays, le Panama offre de nombreux débouchés aux produits de construction canadiens. Ce salon a attiré des acheteurs de tous les coins de l'Amérique centrale. Selon les organisateurs de CAPAC, des produits et services d'une valeur allant de 150 à 200 millions de \$ US seront importés annuellement.

Les entreprises canadiennes, qu'elles fournissent des produits ou des services au secteur public ou privé, seront mieux servies par un représentant ou un agent local. *Le service commercial de l'ambassade du Canada au Costa Rica possède une solide base de données sur les importateurs admissibles à la recherche de différents produits canadiens. Certains de ces importateurs sont énumérés à la page 3.*

Un autre élément encourageant est que la communauté financière internationale exerce de plus en plus de pression sur le gouvernement pour que celui-ci libéralise l'économie, réduise les tarifs et élimine les quotas restants. On prévoit que ces barrières seront levées au cours des quelques prochaines années, ce qui créera des possi-

bilités supplémentaires pour les exportateurs canadiens.

Avant d'obtenir des prêts des institutions financières internationales, le Panama doit rationaliser ses dettes importantes. Lorsqu'il aura fait cela, on s'attend à ce que le pays exécute un certain nombre de projets d'immobilisations dans les domaines du transport

et de l'énergie.

Outre les débouchés sur le marché intérieur, le Panama offre les avantages de la zone franche de Colon — deuxième zone commerciale franche au monde à propos de la superficie — qui sert de centre de distribution à des centaines de fabricants qui vendent en Amérique centrale et du Sud.

Sources de financement et de fonds

Actuellement, des fonds sont à la disposition des pays dans la région par l'intermédiaire des institutions financières internationales (IFI) telles la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement (BID).

Des financements moins importants offrant des débouchés restreints, comme ceux disponibles par le biais du Commonwealth Development Corporation (CDC), le Fonds de développement industriel, la Private Investment Corporation et l'Agricultural and Industrial Reactivation Fund, peuvent aussi intéresser certains exportateurs.

La Banque de développement de l'Amérique centrale (Honduras), en cours de revigoration, est aussi susceptible de financer des projets.

Les projets financés par la Banque mondiale et la BID en Amérique centrale totalisent plusieurs centaines de millions de dollars par année et la concurrence pour ces contrats est forte.

Les exportateurs canadiens de produits et services désirant poursuivre ces projets, mais qui sont encore peu familiers avec les IFI, devraient communiquer avec l'un des bureaux suivants pour discuter des stratégies de mise en marché et obtenir des renseignements.

A Ottawa : la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF), AECEC. Tél. : (613) 995-7251. Télécopieur : (613) 943-1100.

A Washington, DC, le Bureau de liaison avec les institutions financières internationales à l'ambassade du

Canada. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

Il est également possible d'obtenir des renseignements sur l'état des projets imminents auprès des délégués commerciaux dans les ambassades du Canada au Costa Rica et au Guatemala — voir l'encadré séparé, page 5.

On peut se procurer de l'information sur l'assurance et le financement relatifs aux projets et aux ventes en Amérique centrale auprès de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), 151, rue O'Connor, Ottawa K1P 5T9. Tél. : (613) 598-2500. Télécopieur : (613) 598-2504.

L'Amérique centrale est un bénéficiaire principal de l'aide au développement grâce à l'Agence canadienne de développement international (ACDI), dont les programmes sont évalués à 50 millions de dollars par an.

Les pays de la région sont aussi admissibles aux projets de la Coopération industrielle de l'ACDI. L'agence soutient les études préliminaires et de faisabilité effectuées par des entreprises canadiennes désirant explorer les possibilités d'entreprises conjointes et d'investissements dans le domaine du transfert de la technologie.

Pour obtenir des renseignements sur ces programmes de l'ACDI, communiquer avec le siège social de la Coopération industrielle de l'ACDI, 200, promenade du Portage, Hull (Québec) K1A 0G4. Tél. : (613) 997-7905. Télécopieur : (613) 953-5024.

Salon du matériel d'exploitation minière au Chili

Santiago — Des sociétés canadiennes de matériel et de services d'exploitation minière sont recherchées pour participer à l'exposition du pavillon canadien d'ExpoMin'92. L'événement se tiendra du 12 au 16 mai à Santiago, capitale du Chili.

On prévoit que le pavillon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada exhibe le plus grand nombre de produits et de services jamais exposés à l'extérieur du pays. Aussi, les participants éventuels devraient s'inscrire rapidement.

Au salon de 1990, 53 entreprises canadiennes ont déclaré qu'elles prévoyaient réaliser des ventes de 14,6 millions de dollars. A la manifestation de 1992, on s'attend à des résultats supérieurs. En effet, en plus d'être le plus grand marché au comptant du monde en matériel d'exploitation minière, le Chili compte investir 4 milliards de dollars dans l'industrie entre 1991 et l'an 2000. La majeure partie des

investissements sera utilisée pour résoudre les problèmes de productivité et augmenter la capacité de production.

Voici une répartition précise des dépenses :

- 2,07 milliards de dollars pour résoudre les problèmes de fonctionnement;
- 350 millions de dollars destinés à des programmes de protection de l'environnement;
- 1,26 milliard de dollars pour agrandir des usines; et
- 320 millions de dollars destinés à divers autres programmes.

Il existe un autre marché : ce salon de l'exploitation minière assorti d'un con-

grès technique attire des délégations de tous les pays d'Amérique latine oeuvrant dans le secteur de l'industrie minière.

On rappelle aux participants éventuels que tous les produits qu'ils présentent doivent avoir une teneur canadienne d'au moins 66 2/3 %.

Pour présenter une demande de participation ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec M. Paul Schutte, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 943-8806.

Foires commerciales de Panama et Porto Rico

Ville de Panama/San Juan — Un nombre limité de places est encore disponible aux pavillons parrainés par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada pour les sociétés

désirant participer aux foires commerciales qui auront lieu au Panama et à Porto Rico.

EXPOCOMER'92 se tiendra du 11 au 16 mars dans la ville de Panama. Elle intéressera en particulier les entreprises canadiennes de produits alimentaires, les firmes de construction et de quincaillerie, les fabricants d'accessoires automobiles, de matériel informatique et de fournitures de bureau, ainsi que les entreprises spécialisées dans les domaines de télécommunications, médecine et soins médicaux.

La 20th Annual Food and Food Services Equipment Trade Show (20^e foire commerciale des produits alimentaires et du matériel pour services alimentaires) se tiendra du 25 au 27 avril 1992 à San Juan. L'exposition est surtout axée sur le marché portoricain (les exportations canadiennes de produits alimentaires y atteignent en moyenne 525 millions de dollars). Elle attire aussi des gens d'affaires voisins des Antilles.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Jon Dundon, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Huit foires importantes au Chili

Un certain nombre de foires commerciales se tiendront à Santiago (Chili) tout au long de 1992. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada compte participer à ces manifestations, de concert avec l'ambassade du Canada au Chili.

- **FIDAE** — 8-15 mars — Foire internationale de l'air et de l'espace.
- **Feria del Hogar** — 19 mars - 5 avril — Foire nationale des produits ménagers.
- **ExpoMin'92** — 12-16 mai — Salon du matériel d'exploitation minière et des services connexes à l'échelle de l'Amérique latine. Le Canada participera avec un pavillon national.
- **SOFTEL'92** — 13-19 juillet — Salon de l'informatique et des télécommunications à l'échelle de l'Amérique latine. Le Canada aura un pavillon national.
- **ExpoFrut'92** — 30 août - 5 septem-

bre — Salon national des exportateurs de fruits.

• **Edifica** — 29 septembre - 3 octobre — Salon des fournitures, du matériel et des services destinés à l'industrie de la construction. Une partie du salon sera consacrée à l'environnement.

• **FISA'92** — 28 octobre - 8 novembre — La foire internationale la plus grande du Chili; elle attire des exposants de plus de 50 pays. Le Canada aura un pavillon national.

• **ExpoPesca** — 2-5 décembre — Foire commerciale nationale des industries de la pêche et de l'aquaculture.

Pour obtenir d'autres renseignements sur ces manifestations, s'adresser à Mme Gail Cockburn, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

La Jordanie

(Suite de la première page)

licence d'importation, accordée habituellement sans trop de difficulté. En outre, seuls les produits enregistrés peuvent être importés et ne peuvent être vendus que lorsqu'ils sont enregistrés auprès du ministère de la Santé.

D'après le rapport, les autorités jordaniennes tentent d'utiliser les retards d'enregistrement pour s'assurer que seuls les requérants sérieux percent sur le marché.

A titre de fabricant principal d'une vaste gamme de dispositifs médicaux, le Canada pourrait pénétrer le marché dans ce secteur, à condition que les Jordaniens jugent que la qualité justifie les prix supérieurs.

Le rapport révèle également les produits qui pourraient se vendre le mieux, à savoir : les dispositifs reliés à l'anesthésie et à la médecine pulmonaire, aux maladies cardio-vasculaires, aux soins dentaires, à l'oto-rhino-laryngologie, la gastro-entérologie et l'urologie, l'hématologie, l'immunologie, la neurologie, l'obstétrique et la gynécologie, l'ophtalmologie, la radiologie, la chirurgie et la toxicologie.

L'ambassade pourrait disposer de ressources limitées dans le cadre du Canada Fund Inc. (CFI) pour aider les sociétés canadiennes à explorer certains de ces débouchés éventuels.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le secteur médical en Jordanie, ou sur la manière d'obtenir de l'aide de la CFI, communiquer avec l'ambassade du Canada à l'adresse suivante: Commercial Division, Canadian Embassy, P.O. Box 815403, Amman, Jordan. Tél. : (011-962-6) 666-124/5/6. Télécopieur : (011-962-6) 689-227. Télex : (Code de destination : 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

Contrats décrochés

Hermes Electronics Ltd., à Dartmouth, a remporté un contrat de la Corporation commerciale canadienne (CCC) d'une valeur de 5,2 millions de \$ US pour fournir des bouées sonores à la marine américaine.

Bristol Aerospace Limited, à Winnipeg, a décroché trois contrats de la CCC d'une valeur totale de 2,6 millions de \$ US pour la fabrication et la fourniture, à l'Armée de l'air des États-Unis, de stabilisateurs et d'autres composants pour les avions F-5.

Canada-China Geoscience, Markham, a obtenu un contrat de 286 000 \$ CAN de la China National Coal Corporation pour la fourniture de matériel géotechnique et informatique, d'instruments géophysiques, ainsi que de la formation à des entreprises d'exploitation minière en Mongolie-Intérieure et à un institut de recherche à Peking.

Liftking Inc., à Woodbridge, a décroché un contrat de la CCC évalué à 1,5 million de \$ US. Il s'agit d'une modification de contrat qui prévoit la fabri-

cation et la fourniture de chariots élévateurs tous terrains à l'Armée de l'air des États-Unis.

Le Groupe Canadair de Bombardier Inc., à Montréal, a vendu un avion à réaction Challenger 601-3A à la Turquie. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a appuyé cette transaction en accordant un prêt de 15,8 millions de \$ US.

Canadian Marconi Company, à Montréal, fabriquera et fournira de l'équipement d'essai spécialisé au commandement des systèmes d'aviation de l'Armée de terre des États-Unis, dans le cadre d'un contrat de 3 millions de \$ US attribué par la CCC.

Computing Devices Company, à Ottawa, fournira à l'armée américaine, pour 1,6 million de \$ US, des services de soutien technique pour la conception, la mise au point, la fabrication et la mise à l'essai de systèmes antérieurement fournis par la société Computing Devices.

International Submarine Safaris (Canada) Ltd., à Port Coquitlam, livrera un sous-marin de classe Odyssee, d'une capacité de 36 passagers, à une société établie à Djakarta (Indonésie). La SEE financera la vente jusqu'à concurrence de 3,4 millions de \$ US.

Royal Machine Manufacturing Ltd., à Woodbridge, fournira à une entreprise au Mexique une chaîne d'extrusion. La SEE financera la transaction jusqu'à concurrence de 501 500 \$ US par l'intermédiaire d'une ligne de crédit établie avec la Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

West Heights Manufacturing, à Kitchener, fabriquera et livrera à l'Armée de l'air des États-Unis des assemblages de train d'atterrissage principal. Le contrat de la CCC s'élève à 1,1 million de \$ US.

Centres du commerce international

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, ainsi qu'Industrie, Sciences et Technologie Canada ont mis sur pied des Centres du commerce international qui offrent une vaste gamme de services aux exportateurs canadiens.

Terre-Neuve
Tél. : (709) 772-5511
Tcop. : (709) 772-2373

Île-du-Prince-Édouard
Tél. : (902) 566-7400
Tcop. : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse
Tél. : (902) 426-7540
Tcop. : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick
Tél. : (506) 851-6452
Tcop. : (506) 851-6429

Québec
Tél. : (514) 283-8185
Tcop. : (514) 283-8794

Ontario
Tél. : (416) 973-5053
Tcop. : (416) 973-8161

Manitoba
Tél. : (204) 983-8036
Tcop. : (204) 983-2187

Saskatchewan
(Saskatoon)
Tél. : (306) 975-5315
Tcop. : (306) 975-5334

(Regina)
Tél. : (306) 780-5020
Tcop. : (306) 780-6679

Alberta
(Edmonton)
Tél. : (403) 495-2944
Tcop. : (403) 495-4507

(Calgary)
Tél. : (403) 292-6660
Tcop. : (403) 292-4578

Colombie-Britannique
Tél. : (604) 666-0434
Tcop. : (604) 666-8330

L'Australie : florissant marché des pièces pour camions

C'est le moment ou jamais pour les exportateurs canadiens de pièces pour camions d'explorer ce marché en Australie. Presque toutes les tendances indiquent une forte croissance dans ce

secteur évalué à environ 750 millions de dollars australiens par an.

Ce sont les constatations de base d'une étude intitulée *A Survey of the Market in Australia for Imported, Non-OEM Medium and Heavy Truck Parts* (y compris les pièces pour remorques, nouvelles et remises à neuf). Cette étude a été établie en septembre 1991 par le consulat du Canada à Melbourne.

Modification des tarifs en Argentine

La déréglementation récente de l'économie en Argentine a entraîné, depuis le 1^{er} novembre 1991, la modification d'un certain nombre de tarifs d'importation :

- Les droits de 22 % (inchangés) s'appliquent à des produits à valeur ajoutée élevée (biens de production, vêtement, produits en acrylique, tubes sans soudure).
- Les droits de 13 % (auparavant de 11 %) s'appliquent aux produits intermédiaires (acier et fer), aux matériaux d'emballage (papier, papier d'étain), aux matériaux pétrochimiques (polyéthylène, PVC) et aux produits alimentaires transformés (huile, farine, produits en conserve).
- Les droits de 5 % (auparavant de 0 %) s'appliquent aux matières premières que l'on ne trouve pas en Argentine et à celles dont la balance commerciale est positive (viande de boeuf, céréales).
- Les articles exempts de droits sont, entre autres, les biens de production non fabriqués en Argentine, les livres et les beaux-arts.

Toutes les importations comportent les frais supplémentaires suivants : 3 % pour l'accumulation de données statistiques et 16 % pour la taxe sur la valeur ajoutée (TVA). Lorsque les produits sont expédiés par mer, on paie 12 % de plus au Merchant Marine Fund.

Pour obtenir d'autres renseignements, communiquer avec M^{me} Gail Cockburn, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

Croissance du marché

D'autres constatations, extraites d'une analyse portant sur le volume de pièces importées entre 1985 et 1989, indiquent une croissance continue et des débouchés accrus pour les exportateurs canadiens. On y retrouve en outre :

- Le marché des moteurs et des pièces de moteur importés (blocs, pistons, vilebrequins, etc.) est passé de 121 millions à 250 millions de dollars.
- Le marché des transmissions et des pièces pour transmissions importées (boîtes de vitesses, arbres de roues, pompes, etc.) est passé de 36,5 millions à 70 millions de dollars.
- Le marché des différentiels et des pièces pour différentiel importés (pompes de lubrification, engrenages hélicoïdaux, roues dentées, etc.) est passé de 52,5 millions à 100 millions de dollars.
- Le marché de systèmes de suspension et de direction importés ainsi que des pièces connexes (ressorts en métal et en caoutchouc, coussins d'air, pivots de fusée et ensembles, etc.) est passé de 28,5 millions à 50 millions de dollars.
- Le marché de freins et de pièces pour freins importés (patins de freins à disques, surpresseurs, systèmes de contrôle de remorques, etc.) est passé de 78,5 millions à 150 millions de dollars.
- Le marché d'autres pièces importées (filtres, miroirs, matériel de sécurité, etc.) est passé de 74,5 millions à 130 millions de dollars.

En plus de fournir des renseignements sur les taxes, les tarifs et les systèmes de distribution, l'étude énumère les importateurs, les fabricants de remorques, les associations de véhicules commerciaux, les foires commerciales, les publications et les bureaux commerciaux du Canada en Australie.

Il est possible d'obtenir des exemplaires de l'étude auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-0917. Télécopieur : (613) 996-4309.

Opération fraises

Une entreprise du Québec qui a participé à un salon agricole au Moyen-Orient en novembre 1989 a littéralement semé les graines de son propre succès!

À la suite de contacts établis au salon, Pappenier et Masse, de St. Césaire, a envoyé la deuxième cargaison de 750 000 semis de fraises aux services agricoles de Mirak, à Sharjah (Émirats arabes unis).

Les ventes devraient se répéter car les fraisiers doivent être remplacés chaque année en raison de la chaleur estivale.

Dans le cadre de ce qu'on a appelé "opération fraise", les semis ont été expédiés, via Air Canada, du Québec à l'aéroport de Heathrow à Londres, transférés par camion vers l'aéroport de Gatwick puis envoyés à Dubai par Emirates Air.

Un vigoureux contrôle de la température et de l'humidité ainsi qu'une excellente synchronisation ont été cruciaux. Les semis ont été plantés dans les Émirats arabes unis moins de 48 heures après leur retrait du sol québécois.

Les fraises seront récoltées quelques mois plus tôt que d'ordinaire grâce à la bonne qualité des plantes et à leur transport sans heurts et rapide.

PUBLICATIONS

Une étude intitulée *Market Study of the Software Industry in Chile* (# 113LA) a été effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à Santiago. L'ouvrage indique que le secteur du matériel informatique est bien développé. Cependant, une pénurie de logiciels de pointe engendre la création de débouchés pour les exportateurs canadiens de logiciels.

Les domaines dans lesquels la demande de logiciels est la plus grande sont les suivants :

- le secteur de l'exploitation minière (logiciels spécialisés pour les systèmes de contrôle, la planification des opérations, la détermination des réserves ainsi que les simulations et les procédés d'ingénierie);
- les systèmes d'information géographique (levée topographique à distance, géologie, contrôle de l'exploitation des forêts, gestion du niveau phréatique, pêcheries et recherche agro-alimentaire); et
- les établissements financiers, industriels et gouvernementaux (bases de données spécialisées et personnalisées, et logiciels de planification des opérations et de programmation).

D'autre part, l'étude conseille aux exportateurs de logiciels d'établir des

partenariats avec des entreprises locales afin d'exporter vers des marchés latino-américains dans des pays tiers. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès d'Info Export — voir l'encadré ci-dessous.

Taiwan, le guide des gens d'affaires est une source d'information qui contient des informations sur la façon de faire des affaires à Taiwan. Il traite, entre autres, des préparatifs pour percer sur le marché de Taiwan, des classifications des importations,

des barrières tarifaires et non tarifaires, des noms commerciaux et de l'emballage, des réseaux de distribution, des clauses contractuelles spéciales, des accords de concession de licences et des investissements directs. Le guide, qui coûte 20 \$ plus 5 \$ de frais d'expédition, est imprimé séparément en anglais et en français. On peut se le procurer auprès de l'éditeur, La Fondation Asie Pacifique du Canada, 1253, avenue McGill, bureau 195, Montréal (Québec) H3B 2Y5. Tél. : (514) 871-9481. Télécopieur : (514) 871-1269.

Au Calendrier

Toronto — 21 janvier — Exporting to the U.S.-The Challenging Market (exporter vers les États-Unis - le marché plein de défis) est le thème d'un séminaire d'une demi-journée offert à l'intention des petites et moyennes entreprises désirant explorer les marchés aux États-Unis. Pour s'inscrire (50 \$) ou obtenir de plus amples renseignements, joindre le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario, à Toronto. Tél. : (416) 491-7680.

Ottawa — 12 février; **Montréal** — 13 février; **Halifax** — 14 février; **Toronto** — 17 février; **Winnipeg** — 18 février; **Calgary** — 20 février; **Vancouver** — 21 février — Séminaires sur les thèmes suivants : les nouvelles modifications importantes apportées au Système de contrôle des exportations du Canada, et le marché croissant des produits de haute technologie en Europe de l'Est. Contacter M. George Rogerson, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. (Voir l'article à la première page).

Ottawa — 20 février — Les politiques internationales en matière de compensation, la gestion et les bénéfices industriels régionaux gouvernementaux sont les sujets qui seront discutés à cette réunion du Forum sur la participation industrielle. Communiquer avec M. Bob Brown, Ottawa. Tél. : (613) 733-0704. Télécopieur : (613) 741-6013.

Numéros à noter

Le nouveau numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Bucharest, Roumanie, est (011-40-0) 12-03-66.

La nouvelle adresse de l'ambassade

du Canada à Buenos Aires, Argentine, est 2828 rue Tagle, 1425 Buenos Aires, Argentine. Tél. : (011-54-1) 805-3032. Télécopieur : (011-54-1) 806-1209.

Le nouveau numéro de télécopieur du bureau commercial du Canada à Karachi, Pakistan, est (011-92-21) 551175.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).



Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CAI
E/A
C16F
Vol. 10
#2
cop. 1
DOCS

LATEST ISSUE

DERNIER
NUMERO

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

CANADEXPORT

Vol. 10 N°2

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

La Corée, un marché en pleine croissance

par Don Wight

Sur la scène économique internationale, la Corée occupe, en Asie, la deuxième place après le Japon comme puissance économique. Tout laisse croire que cette nouvelle puissance industrielle de la région du Pacifique continuera à être florissante.

À l'échelle mondiale, la Corée se place au 13^e rang pour ce qui est de la taille de l'économie (le Canada : 7^e), au 10^e rang comme pays commercial (le Canada : 5^e) et compte 11 entreprises sur la liste Global 500 de *Fortune* (le Canada en compte 12).

La Corée investit de plus en plus au

Canada. Ce dernier occupe la troisième place comme destination des investissements après les États-Unis et l'Indonésie. (L'investissement coréen direct au Canada est d'environ 370 millions de dollars, mais les "biens sous contrôle" peuvent atteindre deux milliards de dollars).

Bien que le marché coréen soit difficile à percer, il offre d'immenses débouchés aux exportateurs canadiens assidus, soucieux de la qualité et persévérants. En novembre 1991, une mission commerciale de 26 entreprises spécialisées dans les domaines des télécommunications, de l'énergie nucléaire

et de l'automobile, menée par M. Michael Wilson, ministre du Commerce extérieur, a constaté que les Canadiens ont obtenu — et continuent à obtenir — des résultats impressionnants sur ce marché.

En 1991, le commerce bilatéral entre le Canada et la Corée a atteint des niveaux record : plus de quatre milliards de dollars canadiens; le Canada

DANS CE NUMÉRO

Débouchés au Salvador	3
Foires commerciales	4
Équipements et pièces au Brésil 10	
Équateur, Argentine, Hongrie ...	11
Calendrier/Publications	12

Pour faire des affaires en Corée

Le marché coréen est l'un des plus difficiles au monde à percer. Les renseignements ne sont pas faciles à obtenir et les exportateurs devront utiliser plusieurs sources d'informations pour contourner le grand nombre de règles et de règlements obscurs ainsi que le système de distribution.

Pour réussir, il faut adopter une stratégie en trois points consistant à avoir

recours aux services d'une entreprise locale, au service commercial de l'ambassade du Canada, à effectuer des visites et à communiquer de façon régulière avec ses contacts.

D'abord, il est nécessaire de choisir un partenaire coréen de bonne réputation (un agent, un expert-conseil, un importateur direct ou un partenaire d'entreprise conjointe) avec lequel il faudra rester régulièrement en contact afin de s'assurer que les instructions en matière de marketing sont suivies.

Votre partenaire coréen est la clé de votre succès à long terme sur le marché.

Ensuite, il faudra consulter l'ambassade au début de vos plans de développement de marché. Les cadres commerciaux de l'ambassade peuvent vous suggérer des agents

(Voir page 9 : Conseils.)

est passé pour la première fois en plus d'une décennie d'un déficit à un excédent commercial — les exportations ont augmenté de 30 % jusqu'à environ 2,1 milliards de dollars canadiens.

On s'attend à ce que cette tendance continue en 1992 (mais pas aux niveaux de 1991).

Débouchés

Les débouchés sont traités plus en détail ailleurs dans ce numéro; en voici un résumé :

- La demande intérieure demeure inchangée dans les domaines de l'automobile, de l'énergie, du transport, des communications, de l'aérospatiale, de la défense, de l'environnement, du logement et des besoins en poisson et aliments.

- Les possibilités d'exportations canadiennes de richesses naturelles

(Voir page 5 : Un marché.)

COMMERCE CANADA-CORÉE

STATISTIQUES D'EXPORTATION
JANVIER-SEPTEMBRE 1990/1991 - 000 \$ CDN

Produits	1991	1990	Variation
Combustibles minéraux	332 642	255 025	30
Fer et Acier	208 906	46 801	346
Pulpe de bois	128 228	97 327	32
Engrais organiques	113 780	109 228	4
céréales	84 845	18 308	363
Minéraux et scories	74 563	130 141	-43
Aluminium et ses dérivés	73 641	63 547	16
Fertilisants	41 522	33 982	22
Pulpe et papiers	36 947	16 015	131
Machineries	35 535	33 638	6
Total:	1 473 664	1 140 767	29

Canada

La Colombie-Britannique tient une exposition permanente de produits et de services à exporter

Jusqu'à présent, 275 exportateurs de la Colombie-Britannique (C.-B.) ont exposé les produits et services qu'ils peuvent exporter à des clients éventuels du monde entier — et ils n'ont même pas eu à quitter la province.

Et ce, parce qu'ils ont exposé leurs produits à la B.C. Trade Showcase, une installation permanente au centre-ville de Vancouver, qui attire régulièrement des visiteurs d'affaires de la collectivité commerciale internationale ainsi qu'un grand nombre de consuls en poste à Vancouver.

Construite sur le modèle du World Trade Centre Showcase à Taipei, l'installation de 6 000 pieds carrés offre aux personnes d'affaires étrangères la possibilité d'examiner, à un seul endroit, ce qu'ils voudraient importer, et elle permet aux fabricants d'exposer ce qu'ils peuvent exporter.

Les exposants louent une superficie dans une zone divisée en quatre secteurs industriels : la haute technologie, le secteur manufacturier général, les services et l'alimentation.

Noria Shimazu, directeur du Business Conference au Japon, a été impressionné par l'aperçu idéal que l'exposition a fourni à la mission commerciale qu'il a menée en C.-B.

"D'habitude, on visite certaines in-

dustries, par conséquent, seuls des ordinateurs ou des produits en bois sont exposés, a dit M. Shimazu. Mais dans ce cas, c'est très global."

En outre, les participants exposent

Les avantages d'une foire commerciale internationale à une fraction du coût.

leurs produits à l'échelle internationale à un coût de loin inférieur à celui des foires commerciales.

M. Walt Nordstrand, de Canac/Microtel, affirme que l'exposition offre aux entreprises les avantages d'une foire commerciale internationale à une fraction du coût.

Les entreprises situées à l'extérieur

du Lower Mainland de la C.-B. apprécient aussi l'installation.

"L'exposition fournit un premier contact idéal aux sociétés telles que la nôtre, qui dépendent des marchés extérieurs sur le plan du commerce, mais qui n'ont pas de bureau à Vancouver," dit Mme Sabine Presch de Dinoflex Manufacturing, à Salmon Arm.

Établi par la British Columbia Trade Development Corporation, l'exposition est située près du World Trade Centre à la Canada Place, 601, rue Cordova ouest, Vancouver. Les heures de visite sont 9 h à 17 h, du lundi au vendredi.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Astrid Levelt. Tél. : (604) 775-0374. Télécopieur : (604) 660-4166.

— Numéros à noter —

Les nouveaux numéros de téléphone du haut-commissariat à Islamabad sont les suivants : Tél. : (011-92-51) 211-541; Télécopieur : (011-92-51) 211-540. Section commerciale : (011-92-51) 211-541

Les nouveaux numéros de l'ambassade du Canada à Brasilia, Brésil sont: Tél. : (011-55-61) 321-2171; Télécopieur: (011-55-61) 321-4529/321-3257.

Les nouveaux numéros de l'ambassade du Canada à Riyadh, Arabie Saoudite sont les suivants : Section Commerciale : (011-966-1) 488-0137

Les nouveaux numéros du haut-commissariat à Nairobi, Kenya sont : Tél. : (011-254-2) 214-804; Télécopieur : (011-254-2) 226-987/216-485

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Les délégués commerciaux au Costa Rica possèdent actuellement une base de données sur les importateurs qui désirent représenter diversés entreprises canadiennes. Quelques-unes de ces sociétés salvadoriennes, que les entreprises canadiennes intéressées devraient contacter directement, sont énumérées ci-dessous. (Nous rappelons aux personnes d'affaires qui tentent de communiquer avec ces sociétés par téléphone ou télécopieur qu'une pénurie de lignes téléphoniques au Salvador rend parfois la communication difficile. Il faut être persévérant.)

• Carlos P. Guzman, Presidente, Delta Ingenieros S.A. de C.V. recherche des fournisseurs de services et de matériel pour: commutation en télécommunications, projets d'énergie électrique, sous-stations, transformateurs et groupes électrogènes d'urgence. Apartado P. 3045 CTRO.

GBNO, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 23-2265.

• Carlos P. Guzman, Meditron S.A. de C.V. recherche du matériel de laboratoire et médical devant être utilisé dans des hôpitaux et des cliniques. Apartado 01-14, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 26-5665/25-3894. Télécopieur : (503) 25-4073.

• Arturo Araujo, Gerente Regional, Apollo Connection (qui a des bureaux en Californie et en Floride) recherche des fournisseurs de fruits de mer en conserve et d'autres produits alimentaires, du lait en poudre, du papier hygiénique, des détergents emballés pour la vente au détail, ainsi que du matériel d'emballage de petits produits. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 24-4159. Télécopieur : (503) 24-4159.

• Lois Perez Mendoza, directeur adjoint des achats, Sigma S.A., recherche des fournisseurs de machines pour la fabrication d'emballages souples en plastique ou en papier, en carton doublure kraft, de papier pour la fabrication de gobelets, ainsi que de résines plastiques. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 27-1611.

Télécopieur : (503) 27-4411.

• Mario Meuendez, propriétaire, Industrias Menvel S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de duralumin pour le moulage par injection, de machines pour moulage par injection et de produits pharmaceutiques. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 22-1462. Télécopieur : (503) 21-3501.

• Carlos Imberton, Gerente General, C. Imberton S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de fruits de mer en conserve et de produits pharmaceutiques. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 28-3203/25/26. Télécopieur : (503) 28-3237.

• Jose Roberto Castaneda Vega, Gerente

Débouchés au Salvador

General, Emidin S.A. de C.V. désire représenter, de façon exclusive, des fournisseurs de matériel de laboratoire et dentaire, des appareils de radiologie portatifs, des produits de consommation cardio-vasculaires, des instruments d'inoculation et du matériel ophtalmologique. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 25-2494. Télécopieur : (503) 21-3464/21-1558.

• Dr. J. Leonel Pacheco, Gerente General, Importaciones Cientificas, recherche des fournisseurs de matériel thérapeutique pour les troubles respiratoires, de DOPLEX foetal, des stérilisateur, des stéthoscopes, du matériel de diagnostic du diabète, des injecteurs d'insuline et autre matériel de soins médicaux personnels. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 23-7270. Télécopieur : (503) 73-0125.

• Carlos Raul Majano, Goldtree Liebes S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de petits groupes électrogènes (10KV-20KV), des lampes et du matériel électrique en général. P.O. Box 195, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 71-1055/2211. Télécopieur : (503) 22-3616.

• Mauricio Diaz Soria, Liza S.A. de C.V., recherche des fournisseurs d'herbicides, d'insecticides, de fongicides (dimilin, paraguat) d'insecticides sans danger pour l'environnement et de petits pulvérisateurs. Apartado 103, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 28-2044. Télécopieur : (503) 28-1508.

• Santiago Hernandez, président, Grafica Internacional S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de différents genres de papier (bond, kraft, papier pour périodiques, pâte à papier thermosensible, carton). Apartado 2560, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 71-3528. Télécopieur : (503) 71-3202.

• Matthijs Mulders, Gerente General, Centro Quimico de El Salvador S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de matières brutes industrielles pour les industries pharmaceutiques, alimentaires et d'aliments pour animaux. Apartado Postal 2373, Parque Industrial, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 27-1550/27-1493/77-2267. Télécopieur : (503) 27-1647. Télex : 20699.

• Margarita Velasquez de Bustillo, Electro-Parts, recherche des fournisseurs de tous les types de matériel de laboratoire et d'hôpital. Condominion Lisboa cal, No. 1 Calle San Antonio Abad y Avenida Lisboa S.S., San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 74-4322. Télécopieur : (503) 74-2277.

• Norma de Palacios, Delicia S.A. de C.V., recherche un fournisseur de papier spécial et de papier fin pour l'emballage d'aliments et de confiserie. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 71-6114/22-7722. Télécopieur : (503) 71-5558.

• Jose Arturo Quijano, Presidente, Quijanos Hnos, recherche des véhicules de fort tonnage, des autobus, des pièces de rechange et des pneus. Colonia Alcolhuatan Pol. 4, #23, Ciudad Delgado, El Salvador. Tél. : (503) 76-1297/76-3205. Télécopieur : (503) 76-3205 (soir).

Leipzig 1992 — Calendrier des foires

Du 5 au 10 mars — UNITEC-Foire spécialisée pour la technique industrielle: gestion des matériaux (produits de la métallurgie, fournitures et approvisionnement de l'industrie, composants); fabrication (outils, technique de la soudure et de la coupe, fonderie, technique de l'automatisation, technique d'entraînement, C.F.A.O./F.I.O.); installations industrielles; savoir-faire et technologies; prestations de service.

Foire spécialisée pour la technique écologique et la protection de l'environnement: assainissement des dommages écologiques du passé; protection de l'air, eau/eaux usées; décharge de déchets et recyclage; protection contre le bruit; prestations de service et information.

Foire spécialisée pour l'ingénierie de la circulation et la logistique: systèmes de transport/technique de transbordement (véhicules sur rails, chariots de manutention, équipements de transbordement pour les entrepôts, terminus et ports, containers et emballages de transport); technique de stockage (installation des stocks, réservoirs, systèmes de palettisation); prestations de service de transports (services de transports, trafic de marchandises, expédition et 'just in time').

Foire d'information de l'économie de marché «Savoir l'un de l'autre-agir ensemble»: secteur industriel (économie de l'entreprise, financement, législation économique et droit du travail, importation-exportation, marketing, étude et développement, transfert de technologie); information des citoyens (marché du travail, droit de bail, propriété du logement, sécurité sociale, formation et perfectionnement, administration de la justice).

Du 21 au 24 mars — Foires de Leipzig

pour les biens de consommation.

Du 4 au 12 avril — Auto '92: Voitures de tourisme, véhicules utilitaires de toutes sortes; véhicules à deux roues; mobile homes et caravanes; pièces de rechange et accessoires; lubrifiants et produits d'entretien; équipements de garage et d'ateliers de réparation, service automobile; prestations de service concernant l'automobile.

Du 25 avril au 3 mai — Foire de Leipzig: Maison-Jardin-Loisirs

Pour des plus amples renseignements, contacter M. Carlos Pechtel, Agent général pour le Canada, Leipzig Fair, Canada Office, 11231 avenue Jasper, Edmonton (Alberta), T5K 0L5. Tél. : (403) 482-3427. Téléx : 037-2991. Télécopieur : (403) 488-0350. Sans-frais : 1-800-661-2221.

Exposition sur la radiodiffusion en Hollande

Amsterdam — Des entreprises sont actuellement recherchées pour participer au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à l'International Broadcasting Exposition (exposition internationale de la radiodiffusion), qui se tiendra du 3 au 7 juillet 1992.

AECEC aura un pavillon national à cette importante manifestation internationale de la radiodiffusion qui attire des gens d'affaires de plus de 70 pays.

Les objets exposés couvrent tous les produits de la radio et de la télévision, y compris les satellites et le système multivoie de distribution multipoint (SMDM). Pour s'inscrire ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec M. Michel Samson, sous-directeur, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, Foires et Missions commerciales (RWTF), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 996-5555. Télécopieur: (613) 995-6319.

Wine Japan '92 ouvre la porte au marché asiatique

Tokyo — Le 4e congrès international de vin, de spiritueux, de bière et de boissons, Wine Japan '92, se tiendra du 27 au 30 mai au Sunshine City Exhibition de Tokyo.

La participation à Wine Japan est considérée comme la façon la plus rentable de pénétrer ce secteur croissant rapidement de l'économie japonaise; elle permet aussi de percer sur les nouveaux marchés de la Corée et de Taiwan.

En outre, les exposants pourront entrer en contact avec plus de 12 000 acheteurs professionnels dont notamment des importateurs, distributeurs, grossistes, hôteliers, restaurateurs, dé-

taillants, gérants de bars et de clubs, organismes gouvernementaux, associations commerciales, traiteurs d'entreprises et de compagnies aériennes. Le nombre de places étant limité, les participants éventuels devraient s'inscrire rapidement.

Pour s'inscrire ou obtenir d'autres renseignements sur Wine Japan '92, communiquer avec le représentant canadien de l'organisateur du salon, M. Derek Complin, président, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025. Téléx : 06-968027.

Un marché en croissance

(Suite de la première page.)

(charbon, pâte à papier, aluminium) persisteront.

- Le secteur des services, y compris les services financiers, offre des possibilités de croissance.

- Les services de consultation dans des créneaux tels que l'énergie nucléaire (CANDU) ou l'environnement offrent des possibilités considérables.

- En ce qui concerne le transfert de technologie (y compris le transfert bilatéral), des débouchés existent dans un certain nombre de domaines (la Corée a proposé certaines mesures relativement à la commercialisation des technologies canadiennes).

- Les entreprises conjointes et les accords de concession de licences sont les moyens favoris pour tirer parti des possibilités.

Sources de renseignements

Les personnes qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur les débouchés commerciaux en Corée ou des exemplaires des publications mentionnées dans ce supplément devraient communiquer directement avec le service commercial de l'ambassade du Canada à l'adresse suivante : Section commerciale, Ambassade du Canada, P.O. Box 6299, Séoul 100-662, Corée. Tél. : (011-82-2) 753-2605/8; 753-7290/3. Télécopieur : (011-82-2) 755-0686; 774-6989 (C.-B.); 753-2613 (Ont.).

On peut aussi obtenir des informations auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Débouchés environnementaux

Selon des renseignements fournis par l'ambassade du Canada à Séoul, il existe, en Corée, un besoin considérable de matériel et de services pour la protection et le nettoyage de l'environnement.

Dans ce pays, l'industrie de protection de l'environnement est encore à ses débuts, mais le nombre de sociétés qui fabriquent des systèmes de protection et de traitement de l'environnement est passé de 160 à 612 en une décennie.

Ces sociétés ne possèdent pas, en général, la technologie et le savoir-faire nécessaires, mais elles sont en mesure d'exercer les fonctions d'agents pour certains produits et services canadiens dans le domaine de l'environnement. Il est possible de vendre la plupart des types de matériel, de technologie ou de savoir-faire, et d'établir des entreprises conjointes en fabrication et en construction.

Les entreprises canadiennes doivent agir rapidement, mais s'armer de patience; elles doivent s'engager à long terme dans l'industrie de protection de l'environnement de la Corée — qui sera un marché en expansion pendant les 10 à 15 prochaines années.

Le moment est propice MAINTENANT pour agir de façon entrepreneurante en vue d'accaparer une part de ce marché croissant.

Les politiques gouvernementales prévoient que l'investissement dans la protection de l'environnement quadruplera pendant la prochaine décennie, des dépenses de 11,7 milliards de dollars US étant planifiées d'ici la fin de 1996.

Un projet de construction de grands incinérateurs municipaux de déchets nécessitera 4,5 milliards de dollars US.

On a déterminé des débouchés dans un certain nombre de domaines, notamment les filtres anti-poussières et les dépoussiéreurs destinés à l'industrie, le matériel de désulfuration, le matériel de désodorisation, les instruments de mesure de la contamination atmosphérique, les systèmes de chauffage et les moteurs alimentés au gaz naturel liquéfié et au gaz de pétrole liquéfié, les

substituts de l'amiante, le matériel pour le traitement des déchets industriels, le matériel de traitement des eaux usées dans les maisons, le matériel servant à contenir et à traiter les déchets à bord des navires et le matériel de traitement des déchets organiques.

Voici d'autres domaines qui offrent des possibilités : le matériel de lavage des avions et des automobiles avec récupération de l'eau, les épurateurs d'eaux huileuses, les petites installations de traitement destinées aux fermes d'élevage, le matériel de filtrage des eaux dans les maisons, les dispositifs de mesure des polluants de l'eau, le matériel et les installations de recyclage ainsi que le matériel relatif aux pneus (10 millions de pneus par an).

On recherche aussi des conteneurs et des systèmes de récupération et de traitement du pétrole, des incinérateurs, des compacteurs d'ordures, des broyeurs industriels, des systèmes de transport de déchets dangereux, des véhicules de nettoyage de rues et des pièces connexes, de la technologie de restauration des sols, des barrières acoustiques pour autoroutes, du matériel de construction de barrières acoustiques et des instruments de mesure du bruit.

Comme la Corée vient de commencer à reconnaître les problèmes environnementaux, il est nécessaire que le gouvernement entreprenne une campagne d'éducation bien planifiée qui décrive clairement les problèmes et les solutions. Cela, en soi, est susceptible de créer des débouchés. En Corée, les ventes de produits et de services environnementaux étant surtout dues aux pressions du gouvernement et du public plutôt qu'à des facteurs immédiats décisifs, l'approche en matière de marketing de produits et services environnementaux diffère de celle dans d'autres secteurs.

L'ambassade peut fournir aux entreprises des conseils et de l'aide ainsi qu'une étude de marché récente sur laquelle on peut fonder ses activités de marketing.

Corée : débouchés sur le marché des logiciels

D'après un rapport provenant de Séoul, de nombreuses possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes qui fournissent des logiciels, de l'aide technique ou des transferts de technologie.

Les télécommunications: un secteur prioritaire.

Un marché des télécommunications de deux milliards de dollars existe en Corée.

C'est un secteur prioritaire qui offre aux exportateurs canadiens de nombreuses possibilités. Le gouvernement coréen envisage de faire d'importants investissements dans la modernisation de l'infrastructure des télécommunications et dans la recherche et le développement.

On prévoit que l'ensemble des besoins dans le domaine des télécommunications augmentera à un taux moyen annuel de 10,1 %, atteignant 3,6 milliards de dollars d'ici 1996.

Le pays compte augmenter le nombre de systèmes de commutation numérique et établir un réseau de commutation pour le service international de télécopie, établir des réseaux de commutation par paquets, des systèmes de gestion de réseaux, des réseaux de transmission de données, des services de recherche de personnes sans fil, des satellites, un service téléphonique mobile, du matériel en fibres optiques, des câbles, des antennes et du matériel destiné à des stations terminales à antenne à petite ouverture.

Seuls les exportateurs expérimentés et compétents, qui offrent un produit de bonne qualité, peuvent envisager d'exporter vers ce marché.

L'ambassade du Canada à Séoul a établi des stratégies intégrées et adaptées à ce secteur. Les entreprises canadiennes spécialisées dans ce domaine peuvent aussi se procurer une étude sur le marché des télécommunications auprès de l'ambassade du Canada à Séoul.

Les exportateurs trouveront un marché pour les produits destinés aux sociétés coréennes qui informatisent et automatisent leurs activités en vue de réduire les coûts. Ils pourront aussi exporter les produits devant être utilisés dans le système informatisé de réseaux d'information de la Corée.

Les entreprises canadiennes qui désirent augmenter leur présence en Corée et celles qui veulent percer sur le marché des logiciels peuvent se procurer maintenant l'étude intitulée *Market Study on the Software Market in Korea* (étude de marché portant sur le marché des logiciels en Corée), effectuée à la

demande de l'ambassade du Canada à Séoul.

Selon cette étude, le marché des logiciels en Corée connaîtra une croissance annuelle de 25 à 30 % au cours des cinq prochaines années. Des grands projets d'informatisation et des mesures d'encouragement offertes par le gouvernement coréen visent à accroître l'informatisation et l'automatisation dans les industries de fabrication, de distribution et des finances.

L'étude décrit les lois coréennes relatives à la protection des logiciels et des droits d'auteur ainsi que les barrières susceptibles d'entraver l'exportation vers ce marché.

Elle énumère aussi les principaux intervenants coréens dans l'industrie des logiciels, fournit des renseignements sur les canaux et les organismes de distribution et indique les avantages et les inconvénients de la collaboration avec les conglomerats géants (par rapport à la collaboration avec les petites et moyennes entreprises) en Corée.

Pour pénétrer le marché coréen, les exportateurs de logiciels pourraient participer au *Sixth International Computer Software Exhibition* (6^e exposition internationale de logiciels), qui se tiendra à Séoul en juin 1992.

Pour de plus amples renseignements sur le marché des logiciels en Corée et sur l'exposition — ou pour obtenir un exemplaire de l'étude —, s'adresser à Ron Kellison, Direction des technologies de pointe (TAE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-1907. Télécopieur : (613) 996-9265; ou communiquer directement avec H. Jacob Kunzer, ambassade du Canada, P.O. Box 6299, Séoul 100-662, Corée. Tél. : (011-82-2) 753-2605. Télécopieur : (011-82-2) 755-0686.

Pour d'autres informations sur les débouchés commerciaux en Corée, contacter Cam Miller, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), AECEC. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Tourisme coréen au Canada

Les Coréens sont de grands dépendants et, d'ici 1995, le nombre de visiteurs coréens au Canada pourrait atteindre 110 000. On prévoit que leur apport monétaire au pays s'élèvera à environ 225 millions de dollars US.

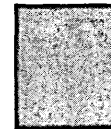
Les porte-paroles de l'industrie du voyage disent que la Corée est sur le point de connaître une augmentation considérable des voyages à l'extérieur, à l'instar du Japon en 1964.

Le marché du tourisme coréen vers l'étranger — le Canada est considéré comme une destination touristique très désirable — croît rapidement. Le nombre de visiteurs coréens au Canada est passé de 35 000 en 1989 (lorsque les restrictions du gouvernement coréen sur les voyages à l'étranger ont été levées) à 50 000 en 1990 et à plus de 60 000 en 1991.

En fait, les provinces canadiennes, Tourisme Canada et l'ambassade du Canada à Séoul élaborent un certain nombre d'initiatives conjointes qui, soutenues par de solides partenaires coréens, devraient permettre au tourisme coréen au Canada de devenir l'un des secteurs de croissance les plus lucratifs.



Le marché coréen de l'aérospatiale et de la défense est en expansion



Malgré le mouvement continu vers l'unification des Corées du Nord et du Sud, on prévoit que les préoccupations en matière de sécurité nationale se poursuivront, créant des possibilités pour les exportateurs canadiens de produits et services dans les domaines de la défense et de l'aérospatiale.

La réorganisation de la défense entraînera l'achat de matériel de commandement de contrôle et de communications ainsi que l'augmentation de la capacité de la marine et de l'armée de

l'air. On s'attend aussi à ce que la réduction de la présence militaire des États-Unis crée de nouveaux besoins car les forces coréennes assumeront des responsabilités accrues.

Le programme de modernisation de la marine crée la possibilité de l'intégration des systèmes canadiens au programme d'achat de contre-torpilleurs par la République de Corée (valeur : 450 millions de dollars).

L'armée coréenne achètera un système de raccordement d'abonnés mobi-

les. (La Compagnie Marconi Canada (CMC) est bien placée pour remporter ce contrat puisqu'elle a fourni du matériel semblable à l'armée américaine.) Les Coréens connaissent bien la CMC car ils utilisent une radio conçue et fabriquée par cette société.

Spar Aerospace a vendu des systèmes de vision nocturne Tigereye à l'armée coréenne. Il pourrait y avoir d'autres besoins, tel le matériel de pointage destiné à des armes antichar.

En ce qui concerne les achats de l'armée de l'air, l'avion F-16 a été choisi dans le cadre du programme d'acquisition de 120 avions de chasse, le Korean Fighter Program. De nombreuses entreprises canadiennes fabriquent des composantes et devraient avoir des possibilités dans le cadre du programme de ventes de matériel militaire à l'étranger. En outre, il faudrait réaliser des ventes directes canadiennes d'entretien, d'essai et de soutien sur le terrain (bien qu'il sera difficile de surmonter les lignes directrices des États-Unis en matière d'achats). Le programme de modernisation du F5 peut aussi offrir des débouchés aux entreprises canadiennes.

Une bonne possibilité s'offre à Canadair et à son avion, le Challenger, car l'on prévoit des achats de cet avion d'affaires par le gouvernement et des entreprises privées.

La garde côtière, la recherche et le sauvetage, ainsi que la lutte contre les incendies deviennent de plus en plus importants pour le gouvernement, et Bombardier continue à exploiter des débouchés pour son CL-215T. Les ventes du Dash 8 pourraient augmenter en raison de la création probable de transporteurs d'appoint après une déréglementation accrue.

La construction d'un aéroport à Séoul et la modernisation des aéroports locaux augmenteront les ventes de matériel au sol, de matériel de navigation et d'équipement radio.

Richesses naturelles en demande

Les ressources naturelles sont les exportations principales du Canada à la Corée. Bien que ces ressources diminuent comme pourcentage de l'ensemble du commerce, elles représentent encore 68 % et fournissent un grand nombre de débouchés aux entreprises canadiennes.

En 1991, les exportations de ressources canadiennes ont atteint 1,4 milliard de dollars, c.-à-d. 21 % de plus que l'année précédente. Les ressources exportées principalement ont été les produits en acier (une augmentation de 99 %) et la pâte à papier (une augmentation de 15 %). Les exportations de produits pétroliers ont diminué de 5 %.

Le charbon est demeuré l'exportation canadienne la plus importante, environ 380 millions de dollars par an. Pendant le neuf premiers mois de 1991, le Canada a exporté environ cinq millions de tonnes de charbon, accaparant 22 % de l'ensemble de ce marché du charbon dans ce pays. Pour le Canada, la Corée occupe la deuxième place comme marché extérieur de charbon, et c'est un marché croissant en ce qui a trait au charbon métallurgique et thermique. Les exportations d'autres produits canadiens axés sur les ressources comprennent la potasse, le soufre, le mine-

rai de fer, le cuivre, le minerai de zinc, les concentrés d'uranium, les lingots d'aluminium, l'oxyde de nickel et la mitraille non ferreuse.

En 1990, les importations d'énergie de la Corée se sont élevées à 13,1 milliard de dollars, à savoir 45 % de plus qu'en 1989. On prévoit que la demande d'énergie de ce pays augmentera de 6,8 % par an entre 1992 et 1996.

En 1991, les importations de pétrole brut ont atteint près de 418 millions de barils, le Canada accaparant environ 3 % du marché. Cette année, le Canada a exporté du pétrole lourd et de l'essence d'une valeur dépassant 110 millions de dollars.

Le Canada fournit à la Corée le tiers de ses importations d'uranium. Ces exportations atteignent 450 tonnes, d'une valeur de 50 millions de dollars.

L'industrialisation de la Corée et sa demande de ressources, de matériaux transformés et d'énergie assureront un marché vigoureux continu aux fournisseurs canadiens. Comme les tarifs diminuent sur les produits axés sur les produits à valeur ajoutée et que le marché coréen devient accessible aux fournisseurs étrangers, les entreprises canadiennes tentent de maximiser l'exportation de produits finis.

Fruits de mer : un marché exigeant

Les Coréens deviennent plus riches, ils préfèrent une gamme plus vaste de fruits de mer et recherchent avant tout la qualité.

La pression exercée de l'étranger a réussi à ouvrir le marché intérieur aux exportations. Bien que les importations par volume aient diminué en 1990, la valeur en dollars a augmenté. Cela laisse supposer une augmentation de la demande de fruits de mer de haute qualité.

On s'attend à ce que la consommation de fruits de mer par personne atteigne 47 kg d'ici l'an 2000, par rapport à 33,6 kg en 1988.

En 1990, le Canada a exporté, à la Corée, des fruits de mer pour valeur de 10,6 millions de dollars US (3,18 % du total). La comparaison avec les principaux concurrents du Canada dans la catégorie des fruits de mer de haute qualité montre que le Japon a exporté pour 30,5 millions de dollars US (9,19 %) et les États-Unis pour 86,8 millions de dollars (26,11 %).

Bien que la concurrence varie selon les espèces, les États-Unis exportent du poisson congelé dans le cadre d'entreprises conjointes avec des sociétés locales. Mais ils ne possèdent pas un avantage évident par rapport au Canada sur le plan de la concurrence. Par contre, le Japon a des avantages culturels et géographiques. La Norvège a la réputation de livrer des aliments transformés et emballés de bonne qualité.

Les prix des fruits de mer continuent d'augmenter considérablement et dépassent de loin la hausse de l'indice des prix à la consommation. A la fin d'août 1991, les prix à la consommation des espèces principales montraient que les prix du poisson-sabre ont augmenté de 58 % par rapport à ceux de 1990, et les prix de la morue du Pacifique occidental et du maquereau blanc ont augmenté respectivement de 41,7 % et de 27,7 %.

Un système de distribution peu efficace et un grand nombre d'intermédiaires ont aussi contribué à la hausse des prix.

Afin de remédier à la pression de la hausse des prix et d'assurer une stabilité sur le marché pour les consommateurs et les pêcheurs, le gouvernement a établi une politique provisoire de

stabilisation des prix. Celle-ci autorise l'importation — par appels d'offres ouverts ou contrats libres — de fruits de mer grandement recherchés ou dont la qualité n'est pas disponible localement.

Excellents débouchés sur le marché agro-alimentaire

En Corée, le marché des produits alimentaires est évalué à 12 milliards de dollars US; le taux de croissance annuel a été entre 12 et 13 % pendant les trois dernières années.

Des entreprises canadiennes ont récemment obtenu des succès importants en matière de marketing, en particulier en ce qui concerne les homards vivants, le malt, le saumon, les crustacés, les dindes et la confiserie.

L'ambassade a déterminé que les produits suivants offrent des débouchés excellents : taureaux de race laitière, poulets, dindes, porcs et bovins de reproduction, luzerne, graines de l'alpiste des Canaries, boeuf, porc, saucisses, confiserie et aliments pour bébés.

En 1990, le pays a importé des aliments transformés d'une valeur totale de 768 millions de dollars, y compris de la confiserie pour environ 424 millions de dollars, des boissons pour 74 millions de dollars, des légumes et des fruits transformés pour 125 millions de dollars, du cacao et de la pâtisserie pour 51 millions de dollars, et divers produits alimentaires pour 57 millions de dollars. Jusqu'à récemment, il y avait deux segments distincts de consommateurs. Le groupe qui croît le plus rapidement est le marché de la classe moyenne, qui achète différents produits.

Un autre marché petit, mais important, c'est celui des hôtels touristiques qui importent des produits alimentaires transformés d'une valeur approximative de 15 millions de dollars US par an par l'intermédiaire de la société Korea Tourist Hotel Supply Center Inc.

Le goût et les préférences de ces groupes de marchés commencent à afficher des indices de fusion — surtout parce que les Coréens commencent à voyager et à apprécier les aliments étrangers.

La demande croissante de la part de consommateurs de plus en plus riches a entraîné une augmentation de la demande de produits agricoles de grande valeur.

En 1989-1990, les produits dont l'importation a au moins quadruplé ont été notamment le boeuf congelé, le malt d'orge, la confiserie au sucre, les biscuits, les confitures, les saucisses, les craquelins et les frites congelées. La valeur à l'importation de la confiserie au chocolat et du whisky a triplé en 1990.

La plupart des points de vente ne participent pas directement à l'importation, mais ils importent par l'intermédiaire d'agents autorisés. Il est important pour les exportateurs de déterminer les importateurs qui connaissent leurs produits et sont spécialisés dans ces derniers. De tels importateurs devraient être nommés comme agents exclusifs afin d'éviter la concurrence entre les entreprises coréennes sur de petits créneaux de marché.

Le gouvernement canadien continuera à exercer des pressions sur le gouvernement coréen pour qu'il réduise les barrières dans des secteurs qui pourraient offrir des possibilités tels que le poisson, le miel, l'eau minérale, les produits distillés, l'orge fourragère, l'huile de colza canola et le blé.

Conseils

(Suite de la première page.)

ou des experts-conseils, effectuer des vérifications de solvabilité, vous informer des barrières à l'importation, vous proposer des approches de marché et vous informer des prochaines foires et missions commerciales.

Enfin, des visites régulières — suivies de messages envoyés par télécopieur ou d'appels téléphoniques — sont nécessaires pour maintenir les liens personnels importants qui sous-tendent toutes les relations couronnées de succès en Corée.

Les affaires se font sur une base personnelle entre fournisseurs et clients qui se connaissent.

Alors que vous vous préparez à votre première rencontre avec vos partenaires commerciaux coréens, tenez compte des conseils suivants dans le cadre de vos activités quotidiennes :

- Essayez d'être toujours présenté de manière formelle par l'ambassade ou un agent local.
- Ayez toujours sur vous des cartes de visite qui indiquent avec précision votre poste dans l'entreprise.
- Ne présumez jamais que tout ce que vous dites en anglais est compris — effectuez le suivi de la rencontre avec un compte rendu écrit des discussions et des engagements.
- N'oubliez pas que les Coréens considèrent les relations humaines comme essentielles — les affaires se font entre amis.
- Attendez-vous à être diverti et à divertir en retour. Ne soyez pas surpris si tout est revenu à la normale le lendemain.
- N'oubliez pas que le rang est extrêmement important. Déterminez les titres et les postes appropriés dans l'organisation de votre client coréen.

La SEE peut vous aider à exporter en Corée

La Société pour l'expansion des exportations (SEE), l'organisme officiel de crédit à l'exportation du Canada, considère la Corée comme un marché commercial cible.

La SEE possède de l'expérience sur le marché coréen depuis le milieu des années 70; elle a financé des transactions de plus de 500 millions de dollars dans les domaines de l'énergie nucléaire, des communications et de l'aérospatiale.

En 1990, le commerce entre la Corée et le Canada s'est élevé à 3,8 milliards de dollars et l'on s'attend à ce que, d'ici la fin de 1991, il dépasse 4 milliards de dollars.

Traditionnellement, le Canada a exporté des produits non finis et semi-finis tels le charbon, la pâte à papier, l'acier et des minerais. Toutefois, avec la croissance prévue des relations commerciales, les exportateurs de produits finis dans les domaines de la défense, de l'aérospatiale, de la biotechnologie, du transport et des télécommunications pourraient aussi développer des marchés. Au milieu des années 90, la SEE a reconnu la situation économique meilleure de la Corée et sa solvabilité et a pris des mesures en vue de s'assurer que le financement demeure très compétitif.

Au cours des dernières années, la Corée n'a pas emprunté de fonds à l'étranger pour financer son développement; cependant, il semble qu'en raison de la croissance et de la demande d'importations qui se poursuivent, on aura recours à un financement accru de l'étranger.

Avec la libéralisation du secteur financier, qui doit commencer cette année, le financement est devenu un élément de plus en plus important sur ce marché sophistiqué.

Les exportateurs canadiens pourraient trouver avantageux de rechercher le soutien et l'aide de la SEE dans le cadre de leurs entreprises d'exportation. Voici

certains des avantages que l'on tirerait du recours à la SEE lorsqu'on envisage d'exporter vers le marché coréen :

- le financement à moyen et à long termes et les programmes de garantie à long terme de la SEE offrent une solution de rechange au financement à court terme;
- la SEE peut fournir un financement personnalisé à des taux commerciaux et à des conditions qui reflètent les besoins des clients et la situation sur le marché;
- le financement peut être considéré sur une base fixe ou flottante en dollars US ou en toute autre devise principale;
- les produits de la SEE ont une structure d'amortissement souple qui tient compte de la durée de vie de l'avoire et des flux de la trésorerie des projets;
- les clients peuvent profiter de l'expérience de la SEE en matière de financement sur des marchés commerciaux aux États-Unis et en Europe; et
- la SEE peut collaborer avec d'autres établissements dans le cadre de projets d'immobilisations afin d'élaborer un mode de financement rentable.

La SEE peut envisager le financement au moyen de garanties, de prêts directs et de crédits-fournisseurs accordés aux acheteurs du secteur privé et du gouvernement. La transaction doit comporter l'achat de produits et services ayant un contenu canadien minimal de 60 %.

La SEE continue à adapter son financement et son assurance aux faits nouveaux et aux besoins en constante évolution du marché. Cette capacité d'adaptation est fondée sur la fourniture de services souples, adaptés et fiables aux exportateurs canadiens et à leurs clients étrangers.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la façon dont la SEE peut vous aider dans le cadre de vos entreprises d'exportation, veuillez communiquer avec le bureau de la SEE le plus proche.

Le Brésil cherche des fournisseurs de qualité pour les secteurs du pétrole et du gaz

Il existe de nombreux débouchés pour les fournisseurs canadiens de Petrobas, le conglomerat pétrolier et gazier du Brésil.

Toutefois, bien que Petrobas soit disposé à s'approvisionner de l'étranger, le Canada n'est pas un intervenant important sur ce marché.

La raison principale étant qu'aucun représentant d'entreprises canadiennes ne visite le Brésil afin de rencontrer des ingénieurs et des techniciens de Petrobas pour les informer des produits et des services que le Canada peut offrir.

Petrobas a besoin de technologies de pointe à des prix compétitifs et a de plus en plus recours à des sources d'approvisionnement extérieures.

Les bureaux de Petrobas possèdent un réseau d'approvisionnement informatisé qui leur permet de dresser une liste de fournisseurs préliminairement admissibles (à l'étranger et au pays) et de communiquer avec eux directement au moment des appels d'offres.

Pour être inscrit au réseau, les sociétés doivent terminer les procédures d'inscription et être approuvées. Une partie du procédé d'inscription comprend la fourniture d'informations détaillées sur les programmes d'assurance de la qualité et les normes. Par la suite, tout achat de matériel et de matériaux est effectué au moyen de la banque de données.

Les entreprises qui voudraient obtenir de plus amples renseignements sur cette banque de données devraient communiquer avec Marco Antonio de Farias, Manager, Technical Qualifications, Materials and Purchasing (Sermat), Petrobas, Av. Chile 65, Sala 613, Rio de Janeiro, RJ, Cep 20035, Brazil. Télécopieur : (55-21) 262-0145.

Un autre pas a été l'établissement, par Petrobas, d'un nouveau bureau affilié à Houston (Texas), chargé de l'approvisionnement en Amérique du Nord.

Bien que le siège social de Petrobas prenne les décisions définitives en ce

qui concerne tous les achats, les exportateurs canadiens devraient aussi informer le bureau de Houston de leurs intérêts.

Veillez contacter Wagner Friere,

General Manager, Petrobas America Inc., 10777 Westheimer Road, Suite 626, Houston, Texas 77042, U.S.A. Télécopieur : 781-9790.

Le marché des pièces d'autos au Brésil

Le marché brésilien de l'importation d'automobiles et de pièces, longtemps fermé ou lourdement frappé de droits par le gouvernement, a été récemment ouvert à la concurrence internationale.

Le président Fernando Collor a en effet annoncé en mars 1990 un programme de redressement économique dont deux des objectifs sont la modernisation de l'économie et une réouverture aux marchés internationaux par une réduction des barrières tarifaires, une stabilisation du taux de change et l'élimination des subventions et abris fiscaux aux entreprises locales.

Ces changements ont toutefois provoqué une récession dans le pays et ont freiné la croissance des importations.

Malgré cela, le moment est propice pour les manufacturiers canadiens de pièces d'autos de se faire valoir sur le marché brésilien. Les constructeurs automobiles du pays ont commencé à dresser une liste de fournisseurs de pièces pour obtenir un produit de meilleure qualité à meilleur prix. Les constructeurs sont la porte d'entrée pour tout débouché sur le marché des pièces au Brésil.

Les compagnies qui y sont établies actuellement sont: Volkswagen, Mercedes Benz, Volvo, Saab-Scania, Fiat, General Motors, Ford, Caterpillar, Valmet, Toyota et Case. Trois compagnies brésiliennes construisent aussi des voitures, des jeeps, des tracteurs et de la machinerie agricole. Ce sont Gurgel, Engesa, Agrale et Maxion.

Le Brésil fabrique en moyenne annuellement 1 030 000 voitures et 42 000 tracteurs dont le tiers est vendu dans le

pays et le reste exporté. On estime qu'il y a 13 800 000 voitures en circulation au Brésil, soit 3,9 véhicules par 1000 habitants. En 1980, ce taux était de 6,9 par 1000.

Il existe un créneau intéressant pour l'exportation de pièces au Brésil car selon les études, les pièces brésiliennes sont très chères et pas toujours de bonne qualité, dû aux taxes, au taux élevé d'inflation et à une machinerie souvent desuète. Le Brésil compte 1500 manufacturiers de pièces d'autos mais 550 fournissent à eux seuls 90% de la production.

Les exportateurs canadiens peuvent aussi penser à s'associer à des entreprises brésiliennes ou à étudier les possibilités de transferts de technologie via l'Institut brésilien de la propriété intellectuelle.

Par ailleurs, le gouvernement brésilien, reconnaissant que la pollution par les émanations de monoxyde de carbone avait atteint un niveau critique, obligera tous les constructeurs à munir leurs véhicules de système antipollution d'ici à 1993.

Pour obtenir plus d'information sur les débouchés sur le marché des pièces d'autos au Brésil, communiquez avec le Consulat général du Canada, Division commerciale, Edificio Top Centre, Avenida Paulista 584, 5 Andar, 01210 Sao Paulo SP, Brésil. Tél.: 287 2122. Télex: 23230. Télécopieur: 011-(55) 5251-5057.

L'étude sur le marché des pièces d'autos au Brésil (#98 LA) peut être obtenue auprès d'Info-Export. (voir l'encadré p.12)

Exploration et exploitation du pétrole en Équateur

Le secteur pétrolier de l'Équateur offre plusieurs possibilités de débouchés aux exportateurs canadiens. Petroecuador, le holding gouvernemental qui chapeaute tout le secteur, importe annuellement pour environ 60 millions \$US de produits et services.

Petroecuador bénéficie des investissements de la Corporacion Andina de Fomento (la commission de développement des Andes qui regroupe la Bolivie, la Colombie, l'Équateur, le Pérou et le Venezuela).

Les exportateurs canadiens peuvent profiter d'une marge de crédit de 10 millions \$ que le Canada a consenti à la CAF par l'entremise de la Société pour l'expansion des exportations. Des fonds sont donc disponibles pour financer l'exportation de produits ou services destinés à des projets dans lesquels la CAF est impliquée en Équateur.

La production pétrolière de l'Équateur est devenue vitale pour l'économie de ce pays d'Amérique du Sud. En 1988, 70% de ses exportations et 60% de ses revenus en étaient tributaires.

Le gouvernement équatorien concentre donc ses efforts sur des politiques visant à favoriser l'exploration et le développement des infrastructures qui y sont reliées.

Les réserves actuelles de pétrole de l'Équateur sont évaluées entre 1,2 et 1,5 milliard de barils mais des découvertes récentes inexploitées pourraient y ajouter 250 millions de barils.

L'agence équatorienne des hydrocarbures prévoit une diminution de la production de 314 000 barils par jour à 200 000 bpj d'ici à l'an 2000 et que si la consommation domestique se maintient, le pays ne pourra plus exporter. L'agence prévoit que l'industrie aura besoin d'investissements d'environ 720 millions \$US, soit 60 millions \$US par année seulement pour maintenir sa production actuelle.

La Banque mondiale est plus optimiste. Elle prédit que l'Équateur pourra continuer à exporter du pétrole après l'an 2000 parce que la consommation

domestique diminuera à cause de la hausse des prix. La BM croit toutefois que pour accroître les réserves actuelles le pays devra investir 140 millions \$US par année d'ici l'an 2000.

Les budgets annuels de Petroecuador, prévoit-on, passeront de 743 millions \$US en 1990 à 1,9 milliard en 1993. Soixante-deux pour cent de ses dépenses d'investissements sont consacrées à l'exploration.

Les trois filiales de Petroecuador peuvent s'engager financièrement pour des sommes inférieures à 500 000 \$US sans avoir à se soumettre au processus gouvernemental de soumission.

À court terme, Petroecuador compte axer ses priorités sur l'extraction du brut, l'amélioration de la productivité de ses raffineries et la formation de son personnel, la construction de trois pipelines et l'amélioration des moyens de

protection de l'environnement.

Elle poursuivra aussi son programme d'exploration et d'exploitation en collaboration avec des compagnies étrangères. Une demi-douzaine de ces ententes sont échues ou le seront en 1992 et nul doute que Petroecuador lancera de nouveaux appels d'offres sur le marché international.

Pour obtenir plus d'informations sur les débouchés commerciaux reliés au secteur pétrolier en Équateur on peut communiquer avec: Le consulat du Canada, Av. 6 de Diciembre 2816, Of. 4N, Caja Postal 6512 CCI, Quito, Équateur. Tél: (011-593-2) 525-044; 543-214. Télécopieur : (011-593-2) 564-795

Pour obtenir l'étude de marché sur le pétrole en Équateur (#110 LA), contacter Info Export (voir l'encadrer page 12).

L'Argentine lève l'interdiction d'importer du porc

L'interdiction d'importer des produits du porc canadien, congelés et réfrigérés, a été levée par l'Argentine. Cette mesure permet aux entreprises canadiennes de recommencer à importer ce produit.

Au cours des 11 premiers mois de 1991, l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Colombie, la Guyane, le Suriname et le Venezuela ont importé du Canada 2 467 665 kilogrammes de produits du porc.

Les sociétés qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur l'exportation de ce produit en Amérique du Sud devraient contacter directement les délégués commerciaux canadiens dans les marchés cibles ou, pour obtenir des informations générales, la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5546. Télécopieur : (613) 943-8806.

La SEE appuie les exportations à la Hongrie

Les exportateurs canadiens peuvent vendre plus facilement leurs produits et services à des acheteurs hongrois en leur offrant un financement de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) pouvant aller jusqu'à 85 % du prix contractuel.

La SEE a en effet renouvelé une ligne de crédit de 15 millions de dollars avec la Magyar Nemzeti Bank (MNB),

à Budapest.

Cette ligne de crédit permet aux exportateurs canadiens d'être payé directement par la SEE qui recouvre le prêt auprès de l'emprunteur.

Pour obtenir plus de détails, communiquez avec les bureaux régionaux de la Société à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

AU CALENDRIER

Ottawa — 12 février; **Montréal** — 13 février; **Halifax** — 14 février; **Toronto** — 17 février; **Winnipeg** — 20 février; **Vancouver** — 21 février - Les nouveaux changements au système de contrôle des exportations et la demande croissante pour les produits de haute technologie lors des séminaires d'Europe de l'est. Pour plus d'informations, communiquez avec George Rogerson, l'Association des Exportateurs Canadiens

Ottawa - 17 et 18 février - Annual Technical Conference and Canadian Shipbuilding and Offshore Exhibition - CSOE'92. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec M^{me} Joy MacPherson. Tél.: (613) 232-7127.

Kingston — 19 février; **Ottawa** — 26 février; **Peterborough** - 3 mars; **Oakville** — 17 mars; **Toronto** — 18 mars - International Trade Shows Made Profitable. Pour plus d'informations, communiquez avec Barry Siskind, International Training and Management Company, Toronto. Tél. et télécopieur: (416) 483-3836.

Toronto — 25 février - Conférence: Doing Business in the Czech and Slovak Federal Republic. Les participants auront un aperçu des opportunités commerciales en Tchécoslovaquie, ainsi que de l'environnement législatif, les règlements, le rapatriement des profits et la disponibilité et la compétence de la main d'oeuvre. Des membres importants du commerce international et du milieu bancaire, des représentants du gouvernement et des membres de certaines professions libérales seront pré-

sents. Un atelier spécial sera animé par des gens d'affaires canadiens travaillant présentement dans ce milieu. Les frais sont de \$ 155.00 pour les membres de la Chambre de Commerce Canada-Tchécoslovaquie et \$ 195.00 pour les non membres. Pour de amples informations, Peter J. Gonda, Chambre de Commerce, Toronto. Tél.: (416) 367-3432. Télécopieur: (416) 367-3492.

Ville de Québec — du 11 au 13 mars — Le deuxième colloque internationale sur le thème "Le monde de l'entreprise informelle : intervention ou laissez-faire" s'adresse aux professionnels dans

Publications

L'étude, *Market Study of the Energy Sector in Chile* (#114LA) (étude de marché sur le secteur de l'énergie au Chili), effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à Santiago, indique, entre autres, que le développement des ressources hydro-électriques connaît une expansion certaine au Chili. Selon cette étude, sept projets de plusieurs millions de dollars sont prévus pour les quelques prochaines années. En outre, le savoir-faire canadien en ce qui concerne l'ingénierie et le matériel des grands projets hydrauliques pourrait créer des débouchés commerciaux au Chili. Pour ce qui est du transfert de la technologie solaire et nucléaire, ces projets offriraient aussi des possibilités, mais seulement aux investisseurs à long terme. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès d'InfoExport. Voir l'encadré ci-dessous.

le domaine, aux représentants d'organismes de coopération ainsi qu'aux leaders et agents de changements. Communiquer avec Mme Marthe Lefebvre, Pavillon des sciences de l'administration, Université Laval, Québec G1K 7P4. Tél. : (418) 656-2490. Télécopieur : (418) 656-2624.

Ottawa — 28 et 29 avril — Le Salon des affaires d'Ottawa de 1992 est une manifestation réservée aux professionnels. Il vise à favoriser le développement et la nouvelle croissance des entreprises canadiennes. On prévoit la participation de 15 000 personnes d'affaires et l'on s'attend à ce qu'il y ait 550 stands exposant du matériel et des systèmes de bureau, des ordinateurs ainsi que des services commerciaux et professionnels destinés aux entreprises, au gouvernement et à l'industrie. Communiquer avec M. Dan Hamilton, directeur du marketing, Connelly Exhibitions Inc., 2487, avenue Kaladar, bureau 214, Ottawa K1V 8B9. Tél. : (613) 731-9850. Télécopieur : (613) 731-4053.

Ottawa — 29 avril - 1^{er} mai — Proactive Strategies for Achieving Marketing Excellence in the 1990s (stratégies proactives pour atteindre l'excellence en marketing dans les années 90) est le thème d'un atelier colloque de trois jours. Celui-ci est adapté aux besoins du secteur public et des sociétés d'Etat. Communiquer avec le directeur de programme, Institut de commercialisation internationale, C.P. 7305, Ottawa K1L 8E4. Tél. : (613) 831-1052. Télécopieur : (613) 831-8452.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CA1
EA
C16f
U. 10
#3
cop. 1
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
FEB 10 1992
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE
17 février 1992

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°3

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Le PDME est réactivé avec de nouveaux crédits

Deux sections importantes du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) ont été réactivées suite à l'injection d'une somme supplémentaire de 1,5 million de dollars.

Les demandes visant des visites de prospection de marchés et la participation à des foires commerciales à l'étranger peuvent à nouveau être présentées aux Centres de commerce international situés dans chaque province.

Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, monsieur Michael Wilson a sollicité un examen plus approfondi du programme pour déterminer si des crédits additionnels peuvent être trouvés pour réactiver d'autres sections importantes du PDME.

Le programme avait dû être interrompu temporairement à la suite de l'engagement de tous les crédits disponibles, dès novembre 1991, pour l'année fiscale en cours.

Le PDME a connu un accroissement sans précédent du nombre des demandes d'assistance financière au cours des deux dernières années.

Le Programme de développement des marchés d'exportation est le principal mécanisme dont se sert le gouvernement fédéral pour promouvoir les exportations. Son budget est actuellement de 18,3 millions de dollars. Le PDME appuie la participation à des foires commerciales, l'accueil et l'envoi de missions commerciales et d'autres activités de nature commerciale.

Les quelque 3 700 projets approuvés l'an dernier ont généré 1,3 milliard de dollars en ventes additionnelles.

L'OTAN demeure un important consommateur de biens et services

Chaque année, l'OTAN achète des produits et services relatifs à la technologie de pointe pour des centaines de millions de dollars.

L'OTAN et ses organismes achètent pratiquement tous les genres d'articles et de systèmes: des trombones à la mise

à soutenir les projets qui améliorent la disponibilité opérationnelle et la capacité d'intervention.

Au cours de l'année financière 1991-1992, le Canada fera une contribution d'environ 100 millions \$ à ce compte seulement. Cela représente près de 6,4 % de l'ensemble du budget général de 1,6 milliard \$. Par exemple, la contribution du Canada au budget militaire est de 44,8 millions \$ tandis que celle au programme de détection aéroporté est de 19 millions \$ et celle au budget civil de 8,7 millions \$.

Bien que seule une partie de ces fonds soit utilisée pour des acquisitions majeures, ces montants donnent une bonne idée de l'ampleur des achats effectués par l'OTAN.

L'industrie canadienne ne profite pas entièrement des contributions accordées par le Canada. Par conséquent, les organismes de l'OTAN sont disposés à recevoir des offres intéressantes et compétitives de fournisseurs canadiens.

Pour tirer parti des possibilités existantes, les sociétés intéressées devraient tenir compte de ce qui suit :

DANS CE NUMÉRO	
Débouchés commerciaux	3
Expositions et séminaires à Auckland et Vancouver	4-6
Débouchés en Syrie	6-7
Calendrier	8

en service et à l'entretien des navires scientifiques en passant par les communications par satellites et les études d'examen de la gestion.

Voici des exemples :

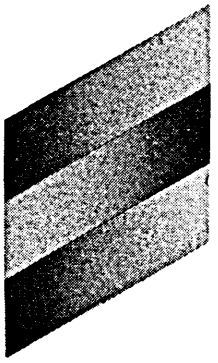
- L'agence des systèmes d'information et de télécommunication (NACISA) s'intéresse particulièrement aux télécommunications et aux domaines connexes.
- L'agence d'approvisionnement et d'entretien (NAMSA) achète une gamme de produits afin de soutenir le matériel d'entretien, tel que le matériel de révision des avions et le transport du matériel excédentaire aux alliés dans le sud de l'Europe.
- L'agence de commandement et de contrôle aériens (NACMA) est en train d'établir un système de contrôle aérien, qui comprend des radars, des systèmes de communications ETC et d'autres systèmes qui offrent des débouchés aux exportateurs canadiens.

La plupart des achats sont financés par le programme d'infrastructure commune. Dans le cadre de celui-ci, les pays fournissent le financement servant

- Communiquer avec certains organismes de l'OTAN en vue de les mettre au courant des capacités de l'entreprise.
- Les demandes de propositions doivent être envoyées à la délégation canadienne à l'OTAN et aux ambassades du Canada dans les pays où a lieu l'achat, puis elles seront acheminées aux sociétés.

(Voir page 2 : L'OTAN.)

Tournée de délégués commerciaux axée sur la haute technologie
voir Calendrier page 8



Canada

L'OTAN achète pour des millions chaque année

(Suite de la première page.)

• Les entreprises canadiennes intéressées peuvent se procurer un prospectus sur la façon de faire des affaires avec l'OTAN.

• De nombreuses sociétés canadiennes considèrent qu'il est utile de s'associer à des entrepreneurs principaux dans le cadre de grands projets d'établissement de systèmes, en se fondant sur le fait que les entreprises canadiennes ont tendance à se spécialiser dans des domaines bien particuliers.

Il faut prendre note que l'OTAN fonctionne encore dans un contexte classifié. Toute firme désirant faire des affaires avec cette organisation devrait communiquer avec la Direction de la sécurité industrielle d'Approvisionnement et Services Canada au (819) 956-3696 ou (819) 996-3691 afin d'obtenir des autorisations de sécurité.

Pour de plus amples renseignements sur les achats de l'OTAN, contacter (à Ottawa) M. John Neri, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, tél. : (613) 996-3518; ou (à Bruxelles) : M. David Collins, conseiller, Délégation du Canada au Conseil de l'Atlantique Nord, B1110 Bruxelles, Belgique. Tél. : (32) (2) 216-0346. Télécopieur : (32) (2) 245-2462.

Études de marché sur les États-Unis disponibles auprès d'Info Export

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada possède encore des exemplaires des études de marchés, préparées en 1988, dont la liste suit. Pour en obtenir des copies, contacter Info Export par télécopieur au (613) 996-9709 en précisant le numéro des publications commandées.

- | | |
|--|---|
| 21UB — Pièces de machines agricoles | 40UB — Chaussures |
| 24UB — Pièces d'aéronef | 41UB — Meubles |
| 25UB — Arts et métiers d'art | 42UB — Génératrices |
| 26UB — Fournitures de bureau | 43UB — Outils |
| 27UB — Produits de boulangerie | 44UB — Quincaillerie |
| 28UB — Piles batteries et accumulateurs | 45UB — Articles ménagers |
| 29UB — Produits de beauté | 46UB — Bijouterie |
| 30UB — Machines de bureau | 47UB — Matériel de manutention des matériaux |
| 31UB — Spécialités chimiques diverses | 48UB — Matériel de mesure et de contrôle |
| 33UB — Colorants, teintures, peintures et vernis | 49UB — Appareils médicaux |
| 34UB — Compresseurs, ventilateurs et souffleurs | 50UB — Vêtements pour hommes |
| 35UB — Médicaments et produits pharmaceutiques | 51UB — Machines pour le profilage du métal |
| 36UB — Matériel électrique | 53UB — Machines diverses |
| 37UB — Produits de la pêche - Volume 1 | 54UB — Instruments de musique |
| 38UB — Produits de la pêche - Volume 2 | 55UB — Machines à emballer |
| 39UB — Préparations alimentaires | 56UB — Machines à papier |
| | 57UB — Pellicules, brandes et feuilles de plastique |
| | 58UB — Produits en matière plastique |
| | 59UB — Imprimés, y compris les livres |
| | 60UB — Porc transformé |
| | 61UB — Produits en caoutchouc |
| | 62UB — Connexions, robinets et soupapes |
| | 63UB — Matériel de télécommunication |
| | 64UB — Jeux et jouets |
| | 66UB — Vêtements pour femmes |

CANADÉXP

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADÉXP est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXP (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises mentionnées avant de s'engager avec elles.

CAMEROUN - Une entreprise important du poisson congelé désire diversifier ses activités en créant un centre de représentation commerciale des chambres froides et dérivés. Communiquer avec Pantaléon Ngadena, Ets P. Ngadena, Siège Social Nlongkak, Carrefour Centre Jamot, B. P. 5201 Yaoundé, Cameroun. Tél.: (011-237) 20-60-78. Télécopieur: 1140 KN.

GRANDE-BRETAGNE — Une société bien établie désire prendre contact avec des entreprises canadiennes qui fabriquent des produits techniques destinés au secteur du pétrole en mer et qui désirent être représentées sur les marchés de la Mer

du Nord et d'Europe. La société, qui compte des employés ayant reçu une formation dans les domaines du forage et du génie pétrolier, est axée sur la vente directe aux compagnies pétrolières. Communiquer avec R.C. Higham, Underwater Tools (UWT) Limited, 1 Wendover Road, Rackheath, Norwich, Norfolk, NR13 6LH, Grande-Bretagne. Tél.: (0603) 721258. Télécopieur: (0603) 721275.

INDE — Un appel d'offres (numéro PUR:OF-111:WB:ICB:LDPE:2/92), dont la date de clôture est le 4 mars 1992, a été lancé par le National Dairy Development Board pour la fourniture de granules de polyéthylène basse densité. Il est possible de se procurer les documents, qui coûtent 1 000 Rs, à : National Dairy Development Board, P.O. Box 40, Anand 333 001, India. Télécopieur: 0172/207 IN. Télécopieur: 02692-222. Communiquer avec le consulat du Canada à Bombay. Télécopieur: 11-85122 (COC IN). Télécopieur: (011-91-22) 287-5514.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise spécialisée dans l'ingénierie de la gestion de projets désire entrer en contact avec des fabricants canadiens

de matériel qui voudraient discuter des accords de représentation locale dans les domaines suivants : transformation des produits laitiers (crème et matière grasse du lait), transformation des produits alimentaires (crèmes, huiles et graisses), production de boissons (bière et vin), manipulation de produits chimiques corrosifs (acides, matières alcalines et agents oxydants) et technologie et systèmes de traitement des déchets (lorsque des déchets sont produits dans le cadre des procédés industriels susmentionnés). Communiquer avec Barry Easton, directeur de l'exploitation, Sequil Project Services Limited, P.O. Box 5188, Mount Maunganui, Nouvelle-Zélande.

Télécopieur: 64-7-575-0345.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Le plus grand fabricant de vêtements d'hiver et de tricot au pays désire élargir sa gamme en important des vêtements d'hiver fabriqués au Canada (surtout des anoraks, des parkas et des tricotés). Communiquer avec Ross Gamble, Tamahine Holdings Limited, P.O. Box 376, Dunedin, Nouvelle-Zélande. Télécopieur: (03) 453-6816.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société d'importation et de distribution recherche des poignées en bois de noyer blanc d'Amérique pour tous les types d'outils. Communiquer avec Lester Clarke, 10 Meadowvale Avenue, Forrest Hill, Auckland, Nouvelle-Zélande. Télécopieur: (09) 418-1876.

SINGAPOUR — Des produits industriels électroniques, des produits de communications et de traitement sont recherchés par S. Mori, directeur de l'exploitation, GEA Technology Pte Ltd., 4 Leng Kee Road #03-07, Thye Hong Centre, Singapour 0315. Tél.: 475-3711. Télécopieur: 471-3129.

SINGAPOUR — Un distributeur désire importer des produits alimentaires

et des boissons et discuter des droits de franchisage en ce qui concerne des produits alimentaires. Communiquer avec Jacque Tan, Kriston Food & Beverage Pte Ltd., Blk. 1006 Aljunied Ave. 5, #01-08/10, Singapour 1438. Tél.: 744-6878. Télécopieur: 744-6820.

SINGAPOUR — Une entreprise recherche des panneaux de plafond, des briques en verre et d'autres produits architecturaux. Communiquer avec Tan Kay Watt, directeur des ventes, Sim Lim Tower, Singapour 0820. Tél.: 296-5111. Télécopieur: 293-2669.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un institut de recherche et de développement recherche des partenaires en vue d'établir des entreprises conjointes d'importation et d'exportation. Détenteur d'une vaste

expérience dans les véhicules à chenilles, tracteurs agricoles, machines d'exploitation forestière et moteurs diesel, l'institut recherche de nouveaux produits à combustibles de remplacement (biodiesel de graines de colza, gaz naturel liquéfié, biogaz). Ils serviront à des moteurs diesel et à de petits complexes laitiers. S'adresser à Dusan Bella, ZTS Research and Development Institute, Ltd., Komenskeho 19, 03 621 Martin, Tchecoslovaquie. Tél.: 0042 842 32005. Télécopieur: (0842) 33024. Télécopieur: (66) 75574.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un groupe d'ingénierie et d'experts-conseils spécialisé dans le traitement des eaux usées, potable et industrielle, la débitmétrie et les essais de laboratoire désire coopérer avec des entreprises étrangères. Le partenaire idéal sait trouver une solution aux problèmes environnementaux reliés à l'industrie des pâtes et papiers et répond aux besoins municipaux et agricoles. Communiquer avec Jiri Smejkal, Directeur, Aquaconsult, Na Visnovce 1231, 252 28 Cernosice, Tchecoslovaquie. Tél.: (02) 80 52 41. Télécopieur: (02) 87 81 57.

Débouchés commerciaux

Les entreprises canadiennes sont invitées à une foire commerciale et industrielle en Nouvelle-Zélande

Auckland — Les entreprises canadiennes ont la possibilité d'exposer leurs produits et d'explorer de nouveaux débouchés commerciaux en Nouvelle-Zélande, du 20 au 23 mai 1992.

Le service commercial du Haut-Commissariat du Canada louera — à 200 \$ néo-zélandais le mètre carré — une superficie pour l'installation d'un stand à l'intention des fabricants canadiens qui désirent participer à **Emex 92**, 7^e exposition internationale de fabrication et foire commerciale de technologie industrielle.

Ce stand comportera aussi un kiosque d'information tenu par des employés du Haut-Commissariat du Canada, qui œuvreront à l'établissement de nouvelles relations et au développement de nouveaux débouchés au nom de fabricants canadiens.

Les firmes canadiennes auront la priorité en ce qui concerne la location; toute place restante sera offerte à des sociétés locales qui représentent des fabricants canadiens en Nouvelle-Zélande.

D'après les porte-parole du Haut-Commissariat, mener des activités à partir d'un stand à une foire commerciale telle qu'**Emex 92** est une façon idéale pour les fabricants canadiens d'explorer ou de pénétrer le marché de la région du Pacifique (Nouvelle-Zélande, Australie et les Iles du Pacifique).

Emex 92 est une exposition globale qui attire plus de 7 000 acheteurs venant d'une vaste gamme de secteurs industriels, notamment les machines d'ingénierie et les machines-outils; les instruments, le matériel de mesure et de contrôle; le matériel de manutention de matériaux et d'entreposage; les machines à travailler le bois et le bois d'œuvre ainsi que du matériel et des fournitures connexes.

En plus de concevoir et d'installer un stand bien en évidence, le personnel du Haut-Commissariat fera circuler des laissez-passer à toutes leurs personnes-

ressources, organisera de la publicité avant et après la foire, veillera à l'inclusion dans un catalogue et donneront des renseignements aux autres exposants intéressés.

Il est possible d'obtenir plus d'information auprès de M. Brian Emsley,

conseiller commercial, Haut-Commissariat canadien, P.O. Box 12-049, Wellington, Nouvelle-Zélande. Tél. : (011-64-4) 473-9577. Télécopieur : (011-64-4) 471-2082. Télex : (code de destination : 74) 3577 (NZ3577 CANAD).

Le Canada aura sa place à bord d'Asian Aerospace 92

Singapour — L'industrie aérospatiale du Canada sera bien représentée au salon **Asian Aerospace** de 1992, qui aura lieu à Singapour du 25 février au 1^{er} mars 1992. Dix-sept sociétés exposent au pavillon du Canada coordonné par l'Association des industries aérospatiales du Canada.

Au moins quatre autres entreprises participeront conjointement avec des représentants de Singapour. En tout, on prévoit que plus de 175 représentants canadiens commerciaux, militaires et gouvernementaux seront présents à Singapour pendant le salon.

Asian Aerospace, qui se tient tous les deux ans, est considéré par de nombreuses personnes comme un salon auquel il faut participer à tout prix. En plus, il est situé au coeur du marché de l'aviation qui croît le plus rapidement au monde.

Plus de 1 000 entreprises venant de plus de 30 pays participeront, cette année, à **Asian Aerospace**. Des décideurs de compagnies aériennes, de compagnies d'aviation d'entreprise et d'aviation générale, d'organismes militaires et gouvernementaux visiteront le salon; ils viendront de la région et de l'étranger.

Les exportations canadiennes aux pays de la région d'Asie et du Pacifique ont augmenté de 67% en 1990 par rapport à l'année précédente pour atteindre un total de 372 millions de dollars. Dans la

région d'Asie et du Pacifique, les meilleurs marchés pour les produits aérospatiaux canadiens ont été, en 1990, la Thaïlande (153 millions \$), l'Australie (57 millions \$), le Japon (55 millions \$) et Singapour (46 millions \$).

Outre une vaste gamme de conférences et de séminaires simultanés sur des questions concernant l'industrie aérospatiale actuelle, **Asian Defence Technology 92** et **Asian Airport Equipment and Technology 92** se tiendront pendant la même période. Par conséquent, on s'attend à ce que les trois salons attirent ensemble un nombre de visiteurs du pays et de l'étranger, supérieur à ceux des années précédentes.

Dans le cadre du pavillon canadien, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada possédera un kiosque d'information et un centre de réception que les entreprises canadiennes qui n'exposeront pas cette année pourront utiliser pendant leur visite du salon.

Il y aura aussi un nombre limité de places à la disposition des sociétés canadiennes qui désirent exposer de la documentation sur leurs produits. Les entreprises qui souhaitent le faire devraient s'adresser à Peter Ho, Canadian High Commission, 80 Anson Road, #14-00 & 15-00, IBM Tower, Singapour 0207. Télécopieur : (011-65) 225-2450.

La technologie de l'environnement à Sao Paulo, Brésil

Sao Paulo — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada invite les entreprises à participer au pavillon national que le ministère parrainera à **EcoBrasil 92**, l'exposition internationale de technologie environnementale, qui se tiendra au Anhembi Exhibition Centre de Sao Paul du 6 au 11 juin 1992.

Pendant les deux semaines précédant **EcoBrasil**, la ville de Rio de Janeiro accueillera la conférence **Sommet de la Terre UNCED 92** — la Conférence des Nations unies sur l'environnement et le développement.

On prévoit que la conférence **Sommet de la Terre** attirera des délégations de 160 pays, y compris des représentants d'organismes non gouvernementaux, des journalistes et des spécialistes de l'environnement — dont bon nombre assisteront aussi à **EcoBrasil**, qui sera, par conséquent, une exposition vraiment internationale.

EcoBrasil 92 est considérée comme un événement important pour les personnes qui désirent acquérir, de première main, des connaissances sur la technologie de pointe dans le domaine de l'environnement. Le nombre d'entreprises canadiennes susceptibles de participer dépassera probablement les places disponibles, aussi les sociétés intéressées devraient répondre dès que possible et verser un droit de participation de 950 \$. L'inscription s'effectue sur la base du premier arrivé, premier servi.

On rappelle aux participants que tous les produits doivent avoir un contenu canadien de 66 2/3 %.

Il est possible d'obtenir d'autres détails auprès de M. Jon Dundon, direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et aux Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur: (613) 943-8806. Télex : 053-3745.

Un centre spécial de promotion des affaires sera offert à Globe 92

Vancouver — Les entreprises qui participeront à **Globe'92**, une foire en même temps qu'une importante conférence internationale sur les affaires et l'environnement, qui se tiendra à Vancouver, du 16 au 20 mars 1992, auront accès à l'ensemble des marchés potentiels à l'échelle mondiale grâce à un centre spécial de promotion des affaires.

Globe 92 attirera plus de 600 exposants, 3 000 délégués de conférences, 550 conférenciers et 21 500 visiteurs de plus de 80 pays.

L'International Business Contacts Center (IBCC) offrira aux exposants de précieux services. L'IBCC aidera les exposants et les participants à rencontrer les personnes qui prennent ou influencent les décisions pour l'achat de produits de services et de technologies dans le secteur de l'environnement. Les agents de liaison identifieront les conseillers en achats qui s'intéressent à votre société et organiseront des rencontres appropriées.

Les conseillers en achats auront aussi

l'occasion d'exposer leurs besoins et pourront bénéficier de rencontres organisées avec les exposants qui peuvent trouver des solutions à leurs problèmes environnementaux.

Les visiteurs auront par ailleurs accès à des séminaires sur l'utilisation des produits et de la technologie préparés par les exposants.

Une série de visites sera organisée immédiatement après **Globe 92**, à l'intention des entreprises ou des organismes nord-américains. Les voyages seront offerts sur la base du premier arrivé, premier servi et permettront de faire un suivi plus détaillé auprès des conseillers en matière d'achats rencontrés pendant la foire commerciale.

Situé à l'étage de la foire commerciale, l'IBCC offrira aussi des services qui comprennent le téléphone, la télécopie, la photocopie, la sténographie, le traitement de texte, la traduction et un salon d'affaires.

On peut déjà rejoindre l'IBCC pour obtenir plus d'information Tél: (604) 666-8020; Télécopieur: (604) 666-8123.

Salon de produits de santé aux É.-U.

Atlantic City — Il reste encore un nombre limité de places disponibles au pavillon national du Canada pour les sociétés qui désirent participer au **1992 Middle Atlantic Health Congress (MAHC) Trade Show**, qui se tiendra les 20 et 21 mai dans cette ville du New Jersey.

La participation à ce salon permettra aux fournisseurs canadiens de produits et de services relatifs aux soins de santé de pénétrer le vaste marché des États-Unis d'une valeur annuelle dépassant 39 milliards de dollars (dépenses liées aux hôpitaux seulement).

Le **MAHC Trade Show** permet aux membres du *Middle Atlantic Health Congress* (qui représente plus de 700 institutions de soins de santé à New York, en Pennsylvanie et dans le Delaware) de rencontrer des fournisseurs de produits et de services de santé en vue de prendre des décisions d'achat.

Pour de plus amples renseignements sur la participation à cette foire commerciale, communiquer — d'ici le 1^{er} mars 1992 — avec Donald H. Garretson Jr. ou S. Snell, Commercial Section, Canadian Consulate General, New York City. Tél. : (212) 768-2400. Télécopieur : (212) 768-2440.

Séminaires sur les manières de percer sur le marché de l'environnement aux États-Unis

Les entreprises canadiennes qui veulent tirer parti des excellents débouchés commerciaux sur le marché de l'environnement aux États-Unis (É.-U.) trouveront utile d'assister aux séminaires qui se tiendront partout au Canada le mois prochain.

Les **U.S. Environmental Market Seminars** (séminaires sur le marché environnemental aux États-Unis) dont le thème général est "Knowledge: First Step Towards Successful Penetration of the U.S. Market" (les connaissances, la première étape vers la percée sur les marchés aux États-Unis), mettront les sociétés dans l'industrie canadienne de l'environnement au courant de ce qu'il faut faire pour réussir sur ce marché croissant à long terme. Selon les organisateurs des séminaires, l'élément clé du succès sur ce marché florissant, c'est la compréhension des lois, des règlements, des normes, des actes, des sanctions en matière d'environnement aux États-Unis, ainsi que des règlements des États et des règlements locaux — qui seront tous discutés par des experts dans leurs domaines respectifs.

En outre, on mettra l'accent sur quatre segments environnementaux principaux aux États-Unis : les déchets dangereux et toxiques; les déchets solides municipaux; le contrôle de la pollution atmosphérique; et le traitement de l'eau et des eaux usées.

Ces segments seront discutés en détail, et des sujets portant sur des questions relatives aux affaires dans le domaine de l'environnement, telles que les caractéristiques de l'industrie, le contexte législatif et de réglementation, la taille du marché, la segmentation et les taux de croissance, les participants actuels et leurs rôles, les stratégies mises en œuvre, les débouchés commerciaux actuels, les technologies disponibles et nouvelles, et les activités d'acquisition et d'entreprises conjointes.

Organisés par la Direction de la promotion du commerce et du tourisme

avec les États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et coparrainés par de nombreux organismes et associations de commerce, les séminaires, qui coûtent 107 \$ (TPS comprise), se tiendront à **Calgary** (2 mars), **Vancouver** (3 mars), **Toronto** (9 mars), **Montréal** (10 mars), **Halifax** (30 mars) et **Moncton** (31 mars).

Pour s'inscrire ou effectuer un paiement, communiquer, le plus tôt possi-

ble, avec Doris Lacombe-Beauchamp, Rhéal Leroux et Associés Inc., 1010 Polytek, bureau 37, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 741-9397. Télécopieur : (613) 741-9906.

Il est possible d'obtenir des renseignements sur les séminaires auprès de Donald Marsan, (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 991-9478. Télécopieur : (613) 990-9119.

Débouchés multiples en Syrie

D'après un rapport envoyé par l'ambassade du Canada à Amman (Jordanie), les changements ayant lieu en Syrie indiquent que l'industrie du secteur privé offre des débouchés aux exportateurs canadiens.

Un client, Nasuh Malas, Nahas Enterprises Group, PB 3050, Damascus. Télécopieur : 237688. Tél. : 411443 SY, représente les intérêts suivants :

- Une usine de fil chirurgical (matières synthétiques ou brutes naturelles) recherche des offres de franchise ou de concession de licence. L'étendue du projet, d'une valeur de 5 à 6 millions de dollars US, comprend la fourniture de machines ou de chaîne de production (de fil de suture). Le financement est disponible et en place.
- Une usine a besoin d'une chaîne de production et de machines pour la production d'acide chlorhydrique et de sulfate de sodium (en utilisant du sel gemme et de l'acide sulfurique

comme matières premières). Le financement, disponible et en place, est d'environ 7 à 8 millions de dollars US.

- Une usine de carton ondulé et de boîtes d'une capacité de 35 000 tonnes par an sur une base de 24 heures veut acquérir une chaîne de production complète et des machines pour la fabrication de carton ondulé à double et triple épaisseur (largeur : 230 cm) ainsi que des machines pour la fabrication informatisée de boîtes. Le financement est disponible pour le projet dont le coût est évalué à trois millions de dollars US.

- On recherche des machines dans le cadre d'un projet de production d'aliment pour bébés (céréales) d'une capacité de 500 kg par heure. Le client, qui est disposé à visiter des entreprises canadiennes intéressées, désire conclure des accords de concession de licence et payera la franchise et les redevances.

Les fournisseurs canadiens éventuels qui désirent obtenir des informations supplémentaires peuvent contacter le service commerciale de l'ambassade du Canada à Amman, à l'adresse suivante : Commercial Section, Canadian Embassy, P.O. Box 815403, Amman, Jordan. Tél. : (011-962-6) 666-124/5/6. Télécopieur : (011-962-6) 689-227. Téléx : (code de destination : 0493) (23080 CANAD JO).

Numéros à noter

À compter du 15 février 1992, les nouveaux numéros de téléphone de l'ambassade du Canada à Tunis seront les suivants : 796-577; 795-619; 797-114; 798-004; et 799-337. Le préfixe international est (011-216-1).

La Syrie met fin à son isolement économique

La Syrie est l'un des rares pays du Moyen-Orient possédant d'abondantes ressources hydrauliques, de vastes terres agricoles et une population hautement créative de 14 millions d'habitants. Le potentiel économique considérable du pays a été jusqu'à ces derniers temps entravé par des pénuries chroniques de devises étrangères et de crédits occidentaux ainsi que par l'inefficacité d'une économie à planification centrale établie dans le cadre de liens économiques et politiques étroits avec le bloc de l'Est.

Toutefois, la situation change. La découverte de vastes gisements pétroliers à une période où les relations avec l'Union soviétique sont de plus en plus chaotiques et l'afflux d'aide arabe estimée à plus de 2 milliards \$US, découlant de la réaction de la Syrie aux événements dans le Golfe, annoncent toutes un avenir vraiment prometteur.

La Syrie se redresse rapidement. Elle est en outre devenue un marché très intéressant pour les exportateurs.

La performance du Canada continue à s'améliorer. Les exportations de produits devraient dépasser 10 millions \$CAN en 1991, plus du double des exportations d'il y a deux ans. Les exportations de services atteindront 50 millions \$US. Un certain nombre d'entreprises de services canadiennes, surtout dans l'industrie pétrolière, ont décroché d'importants contrats et plusieurs d'entre elles ont ouvert des bureaux à Damas.

Les produits pétroliers

Selon l'ambassade du Canada à Amman, le secteur florissant du pétrole et du gaz demeure celui qui présente des débouchés considérables aux exportations canadiennes. Outre la présence importante du Canada dans les opérations d'exploration, de nouvelles entreprises de production sont actuellement à des stades avancés de développement de champs. Il existe d'immenses besoins d'installations «clé en main» de traitement et de production de pétrole et de gaz, d'entretien de puits de pétrole et

d'autre matériel. À titre d'exemple, un consortium mené par la société Royal-Dutch Shell investit environ 500 millions \$US par an.

L'agriculture

L'agriculture constitue un autre excellent secteur d'intérêt pour le Canada. Celle-ci représente plus de la moitié de l'activité économique privée. Le développement de ce secteur, entravé lui aussi par des pénuries d'argent liquide pour l'importation de technologie occidentale et des sécheresses persistantes, a engendré des importations extraordinaires de produits alimentaires, notamment des céréales à la fin des années 80. Le gouvernement utilisera les revenus accrus pour mettre en oeuvre la modernisation nécessaire, ce qui offre des possibilités considérables aux fournisseurs canadiens de machines, d'engrais, de bétail et de matériel génétique.

L'hydraulique et les communications

La prospérité croissante de la Syrie a libéré des milliards de dollars qui serviront à l'exécution de divers grands projets tels que les installations hydrauliques et d'égoûts dans quatre villes, l'énorme expansion des télécommunications, les aciéries, les usines textiles et les centrales électriques «clé en main». On a même relancé les discussions relatives au plan ambitieux de construction d'un métro à Damas. Les restrictions du secteur privé, longtemps subjugué, sont aussi réduites; les interdictions d'importation sont levées et les taux de change unifiés. Des lois visant à encourager l'investissement dans l'agriculture, l'industrie et le tourisme ont été adoptées. Le secteur privé réagit avec vigueur. Il résulte de cette situation des centaines de petits projets dans pratiquement tous les secteurs, ce qui augmente considérablement la demande de produits et services occidentaux qui serviront à soutenir la croissance prévue. Ce qui est particulièrement intéressant, ce sont les produits reliés à l'industrie et à la construction, surtout les machines de production et les machines industrielles, les produits fores-

tiers et les matières premières industrielles.

Pour plus d'information sur les débouchés commerciaux en Syrie, communiquez avec la Division du développement commercial de l'Afrique et du Moyen-Orient (GBT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél.: (613) 993-7040 ou directement avec l'ambassade du Canada en Jordanie. Télécopieur: (011-962-6) 689-227. Téléx: (0493) 23080 (23080 CANAD JO)

Nouveaux répertoires sur les produits de la forêt et du papier

Affaires Extérieures et Commerce extérieur Canada prépare présentement la publication prochaine de deux répertoires, l'un s'adressant à l'industrie d'exploitation forestière et l'autre à l'industrie des pâtes et papiers.

Toutes sociétés canadiennes désirant être inscrites dans l'un ou l'autre de ces deux répertoires doit au préalable répondre aux critères suivants:

- 1) Elles doivent être désireuses d'exporter et être en mesure de répondre à toutes requêtes provenant de l'étranger;
- 2) Tous les produits ou services annoncés doivent être exclusivement canadiens, c'est-à-dire, conçus et manufacturés au Canada ou dans le cas des services, conçus et vendus à partir du Canada.

Pour s'inscrire, les compagnies doivent faire parvenir leur matériel promotionnel accompagné d'une lettre sur papier corporatif dans laquelle elles indiquent les produits ou services canadiens qu'elles désirent voir annoncés. Le tout doit être envoyé à: Joseph Cogné (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont., K1A 0G2

AU CALENDRIER

Toronto — 19-21 février; **Montréal** — 26-28 février; **Vancouver** — 4-6 mars — Des séminaires de trois jours sur le thème «Négocier les contrats de vente internationaux et assurer le paiement des comptes débiteurs par des lettres de crédit» aideront, entre autres, les participants à acquérir des connaissances et des compétences qui leur permettront de préparer des contrats, d'analyser des lettres de crédit et de comprendre les documents nécessaires pour effectuer des transactions sans erreurs et recevoir rapidement le paiement de leurs exportations. Offerts par ITC International Trade Consultants et parrainés par l'Association des exportateurs canadiens et la Banque royale du Canada, les séminaires coûtent 743,65 \$ (TPS comprise). Pour s'inscrire ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec ITC International Trade Consultants, 225, avenue Maxome, North York (Ontario) M2M 3L3. Tél. : (416) 733-8236. Télécopieur : (416) 221-8357.

Calgary — 2 mars; **Vancouver** — 3 mars; **Toronto** — 9 mars; **Montréal** — 10 mars; **Halifax** — 30 mars; **Moncton** — 31 mars — Séminaires sur les démarches à prendre pour réussir à percer sur les marchés de l'environnement aux États-Unis. Communiquer avec Rhéal Leroux et Associés Inc., Ottawa, Tél. : (613) 741-9397; Télécopieur : (613) 741-9906; ou avec M. Donald Marsan, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél. : (613) 991-9478; Télécopieur : (613) 990-9119.

Vancouver — 16-20 mars — Globe 92 — L'entreprise et l'environnement face

au développement durable à l'échelle mondiale en favorisant l'adoption de solutions pratiques aux défis environnementaux et en mettant de l'avant les occasions d'affaires et les responsabilités qui en découlent. Pour obtenir de plus amples informations sur cette série de conférences et cette foire commerciale qui comprend les tous derniers développements dans la réduction des déchets, le contrôle de la pollution et sa prévention, communiquer avec Globe 92, 601-535 rue Thurlow, Vancouver, V6E 3L6. Tél. : (604) 666-8020. Télécopieur : (604) 666-8123.

Vancouver — 23-27 mai — La 25^e assemblée générale internationale du

Pacific Basin Economic Council (PBEC) (Conseil économique du bassin du Pacifique) attirera plus de 500 dirigeants commerciaux, chefs d'États et représentants gouvernementaux supérieurs du monde entier. Le thème de l'Assemblée est «Le bassin du Pacifique: une économie sans frontières?» Le droit de participation est de 1000 \$US plus la TPS (membres du PBEC); de 1 200 \$US plus la TPS (non membres). Communiquer avec le Conseil à l'adresse suivante : Conseil économique du bassin du Pacifique, Comité canadien, 2e étage, 90, rue Adelaide ouest, Toronto M5H 1P6. Tél. : (416) 869-0451. Télécopieur : (416) 869-1696.

Tournée canadienne axée sur la haute technologie

24 février - 4 mars 1992

Vingt-six conseillers commerciaux canadiens en poste dans différentes régions du monde entreprennent une tournée à travers le pays entre le 24 février et le 4 mars.

La tournée organisée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada permettra aux conseillers de rencontrer les exportateurs des secteurs suivants:

- télécommunications
- communication des données
- logiciels et équipement d'ordinateurs
- électronique commerciale et de défense
- géomatique
- technologie aéronautique et aérospatiale.

Les villes visitées et les dates sont les

suivantes:

Halifax: 14 février

Montréal: 25 et 26 février

Toronto: 28 et 28 février

Calgary: 3 mars

Vancouver: 4 mars

Les rencontres comporteront deux volets. Il y aura d'abord des tables rondes avec les conseillers d'Asie et d'Europe puis les participants qui se seront inscrits pourront rencontrer individuellement le conseiller commercial de leur choix pour discuter avec lui de besoins spécifiques.

Pour plus d'information, communiquez avec le bureau du Commerce extérieur le plus près de chez vous.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CAI
EA
C16 F
1992
BOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

CANAD EXPORT

Dept. des Affaires extérieures
BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Vol. 10 N°4

2 mars 1992

Le Canada est maintenant présent dans les trois États baltes

Avec l'ouverture d'un bureau de l'ambassade du Canada à Vilnius, Lituanie, le 20 janvier dernier, le Canada a maintenant une présence dans les trois États baltes.

Les bureaux de Riga, en Lettonie et de Vilnius, en Lituanie sont des satellites de l'ambassade de Stockholm tandis que celui de Tallin, en Estonie relève de l'ambassade du Canada à Helsinki.

Les trois bureaux baltes emploient du personnel recruté sur place qui joue un rôle de liaison en secondant et en informant le personnel des ambassades responsables.

Sur les conseils des deux ambassades, les bureaux aideront les exportateurs canadiens à trouver de nouveaux débouchés dans les États baltes et offriront aux entreprises canadiennes une assistance en matière de commerce et d'investissement.

Les entreprises canadiennes qui veulent se renseigner sur les débouchés

qu'offre la région doivent d'abord communiquer avec l'ambassade compétente.

Des négociations sont actuellement en cours sur la possibilité d'ouvrir par l'intermédiaire de la Société pour l'expansion des exportations une ligne de crédit de 10 millions \$ en faveur de chacun des trois États baltes.

D'autre part, le consulat général du Canada à Kiev, capitale de l'Ukraine a le statut d'ambassade depuis le 27 janvier et le chargé d'affaires M. Nestor Gayowsky continuera de s'occuper de toutes les questions reliées au commerce avec cette république.

Quant aux relations commerciales avec les autres républiques de la Communauté des États indépendants, elles continueront pour le moment d'être assurées par l'ambassade du Canada à Moscou.

Voici les coordonnées des ambassades et bureaux dans la Communauté des États indépendants et les États baltes:
Ambassade du Canada à Moscou, 23 Starokonyushenny Pereulok, Moscou 121002. Tél. : (011-7-95) 241-5882/230-2156. Télécopieur: (011-7-95) 241-9034. Téléx : (code destination 64) 413401 DMCAN SU.

Ambassade du Canada à Kiev, a/s Hôtel Zhowtneva, bureau 808, Corpus 1, 5 rue Rosa Luxembourg, Kiev 22 252021 Ukraine. Tél. : (011-7-044) 291-8978. Télécopieur : (011-7-044) 291-8958. Téléx : 131479 UYUT SU.

Ambassade du Canada à Stockholm, Tegelbacken 4, (7e étage), C.P. 16129, S-10323, Stocholm 16, Suède. Tél. : (011-46-8) 23 79 20. Télécopieur: (011-26-8) 24 24 91.

Bureau de l'ambassade du Canada à Riga, Cenetre de commerce de Riga 45/

DANS CE NUMÉRO

- Potentiel sectoriel aux É.-U.4-5
- Le marché de l'environnement aux États-Unis6
- Foires, salons et missions7 à 9
- L'agro-alimentaire au Mexique .10
- Calendrier et publications 12

Le Brésil ouvre son marché

Pendant les huit premiers mois de 1991, les exportations canadiennes au Brésil ont été de 27% supérieures à celles de la même période en 1990 alors qu'elles atteignaient les 500 millions \$. D'après les agents commerciaux d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, l'augmentation est due en partie à l'ouverture du marché brésilien.

Ces agents estiment que malgré les difficultés économiques que le pays connaît, de nombreuses possibilités d'exportation s'offrent aux Canadiens.

Les séminaires «Le Brésil s'ouvre au commerce» offerts par la Chambre de Commerce Brésil-Canada a permis de sensibiliser plusieurs entreprises canadiennes au marché brésilien. Les participants y ont, entre autre appris que :

• Le Brésil est un vaste marché de 150 millions de personnes et représente 50 % de l'ensemble de la base industrielle

de l'Amérique du Sud.

• C'est maintenant que les sociétés devraient inclure le Brésil dans leur stratégie d'exportation.

• Elles devraient prendre les dispositions nécessaires pour tirer parti des nombreux débouchés commerciaux nouveaux.

• Elles devraient trouver un partenaire brésilien approprié. Si elles attendent les conditions parfaites, leurs concurrents prendront de l'avance.

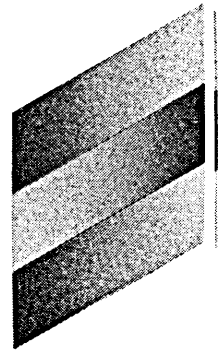
• La libéralisation du régime commercial au Brésil permet maintenant d'obtenir une licence d'importation en cinq jours ouvrables, alors qu'il fallait attendre plusieurs mois auparavant. Le contrat de change à terme peut aussi être conclu en quelques jours.

• Il existe plusieurs secteurs de croissance qui nécessitent de la technologie

(Voir page 2 : Le Brésil.)

(Voir page 2 : Les États.)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Le Brésil ouvre son marché

(Suite de la première page.)

étrangère qui concorde bien avec le savoir-faire canadien. Ces secteurs sont les suivants :

- l'informatique (possibilité de débouchés commerciaux réels dans des domaines qui étaient entièrement fermés à la technologie étrangère);
- les télécommunications (l'expansion de l'infrastructure, incluant la téléphonie cellulaire, pourraient impliquer des dépenses de 22 milliards \$ d'ici 1995;
- les produits pharmaceutiques et les produits chimiques spéciaux;
- le marché agricole (qui était auparavant pratiquement inaccessible est actuellement ouvert, surtout aux ventes accrues de blé canadien et à d'autres secteurs dans lesquels le Canada possède un savoir-faire établi);
- le secteur des services (longtemps fermé aux entreprises d'ingénierie et de consultation, se libéralise, mais il est important de noter que les sociétés étrangères de génie-conseil qui veulent avoir une chance réaliste de décrocher

des contrats gouvernementaux devraient collaborer avec des partenaires ou avec des sous-traitants locaux;

- l'exploitation minière et le traitement des minerais; et
- le transport et les produits environnementaux.

- Le financement à long terme n'est peut être pas disponible actuellement, mais quatre banques canadiennes qui ont des bureaux au Brésil offrent des marges de financement à court terme (pouvant aller jusqu'à 360 jours) qui peuvent servir à financer vos produits. Ce sont la Banque royale du Canada, la Banque de Montréal, la Banque de Nouvelle-Écosse et la Banque Toronto Dominion.

- A titre de souscripteur à la Banque interaméricaine de développement (BID) et à la Banque mondiale, le Canada peut bénéficier du financement accordé par les banques pour des projets au Brésil. À elle seule, la BID mettra 22,5 millions \$ à la disposition des pays d'Amérique latine au cours des trois prochaines années pour amé-

liorer l'infrastructure régionale et les services sociaux.

- Les ventes de blé canadien au Brésil ont considérablement augmenté pendant que des produits (des couches pour bébés d'une valeur de 5 millions \$, par exemple) ont été vendus pour la première fois. Les autres principales exportations canadiennes sont les moteurs d'avion, le papier journal, le charbon, les engrais, les vaches laitières, les systèmes de téléphone cellulaire, les systèmes électroniques de lecture de passeports, les systèmes de contrôle des groupes électrogènes et le matériel de traitement du cancer.

- Le domaine de l'environnement offre un certain nombre de possibilités de coopération avec l'établissement de relations commerciales ou la création d'entreprises conjointes du secteur privé.

- Le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) dispose de fonds destinés aux études de viabilité et aux études préliminaires de faisabilité susceptibles de favoriser le transfert de la technologie au Brésil.

- Chaque année, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aide des entreprises canadiennes à participer à des foires commerciales au Brésil. De plus, le personnel de l'ambassade à Brasilia et celui du consulat général à Sao Paulo demeurent à la disposition des entreprises canadiennes pour élaborer des stratégies d'exportation.

Pour plus d'information sur le commerce entre le Brésil et le Canada, communiquer avec M. Francis Uy, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

On peut aussi obtenir des informations en contactant directement l'ambassade du Canada à Brasilia, tél. : (011-55-61) 321-2171, télécopieur : (011-55-61) 321-4259/321-3257; ou le consulat général du Canada à Sao Paulo, tél. : (011-55-11) 287-2122/2234/2601/2176, télécopieur : (011-55-11) 251-5057.

Les États baltes...

(Suite de la première page.)

47 rue Elizabetes, Riga 226010, Lettonie. Tél. : (011-7-0132) 22 51 88.
 • Bureau de l'ambassade du Canada à Vilnius, Hôtel Draugyste, Porte 901, C.P. 330, 2300 Vilnius, Lituanie. Tél. : (011-7-0122) 66 17 31.
 • Ambassade du Canada à Helsinki, P.

Esplanadi 25 B, C.P. 779, 00101 Helsinki 10, Finlande. Tél. : (011-358-0) 17 11 41. Télécopieur : (011-358-0) 60 10 60.

• Bureau de l'ambassade du Canada à Tallinn, 3 rue Tolli, Tallinn 200101, Estonie. Tél. : (011-7-0142) 44 90 56.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

KOWEIT — Un commerçant local de peinture d'automobile désire entrer en contact avec des fabricants et des exportateurs de peinture d'automobile, de peinture par pulvérisation et de formule pour le mélange de la peinture. Communiquer avec Mushrif Co. Trading and Contracting. Télécopieur : 965-474-1423.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Le plus grand fournisseur néo-zélandais de produits et de matériel destinés à des salons de coiffure et de beauté voudrait ajouter à sa gamme de produits des peignes, des brosses, des tondeuses et tous les types d'instruments de coiffure (à l'exception des cosmétiques). Communiquer avec John Hunt, Simms Jones Limited, P.O. Box 22548, Christchurch, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : (03) 654-727.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une source d'approvisionnement en minicarottes congelées est recherchée par Mike Greenfield, Tiffany Foods, P.O. Box 4202, Christchurch, New Zealand. Télécopieur : (03) 338-996.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Un importateur recherche des camions usagés d'une demi-tonne à 12 tonnes ainsi que des pièces contrefaites et d'origine pour des tracteurs agricoles et des tracteurs agricoles usagés (70-120 hp). Communiquer avec Robert Reith, Robert Reith Machinery Limited, 129 Burnett Street, Ashburton, Nouvelle-Zélande. (Aucun numéro de télécopieur n'est fourni.)

SINGAPOUR - Produits alimentaires et chimiques en demande par Raihana M. Ghazali, directeur exécutif, Esfaaaahan Kokusai Pte Ltd., 65 Chulia Street #42-08, OCBC Centre, Singapour

0104. Tél.: 532-5877. Télécopieur: 535-5736.

SINGAPOUR - Une compagnie d'objets de nouveautés et d'art créatif souhaiterait rencontrer un partenaire. Communiquer avec James Chan, Managing Partner, CTH Novelties & Gifts, Blk 1090, #05-01, Lower Delta Road, Tiong Bahru Industrial Estate, Singapour 0316. Tél.: 278-6280/271-8959. Télécopieur: 274-7177.

SINGAPOUR - Une compagnie voudrait agir comme représentant pour une compagnie de tapis, tissus de recouvrement et de capitonnage pour meubles. Communiquer avec Doris

matériel de production automatique de petite envergure. La société désire aussi étendre sa gamme de produits par l'introduction d'une nouvelle technologie de fabrication. S'adresser à Vojtech, reditel, Nastrojarna Roznov, 1 Maje 1000, 756 61 Roznoz pod Radhostem, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042) 651-565495. Télécopieur : (0042) 651 562116.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Du matériel de sécurité est recherché par Alexandr Cach, président, A.S. Zlinmont-Graddo, C.P. 231, 76001 Zlin 1, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042) 067 512 (ext. 281). Télécopieur : (0042) 067 279502.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entreprise souhaite coopérer avec des sociétés

canadiennes productrices des produits suivants ou de produits semblables : tubes en verre, verre moulé, verre de laboratoire, ampoules en verre, thermomètres, matériel de réduction du bruit et matériel d'isolation thermique. Contacter Juraj Paulus, Slovenske Zavody Technickeho Skla a.s., Dubravka, 844 03 Bratislava, Tchécoslovaquie. Tél. : (07) 769-001-2. Télécopieur : 93337 Slovtechsklo.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Le principal concepteur, fabricant et grossiste de Tchécoslovaquie en produits aérotechniques destinés à l'industrie désire s'associer avec des partenaires éventuels ou procéder à un transfert de technologie. Ses produits comprennent des ventilateurs centrifuges à haute et à moyenne pression, des ventilateurs centrifuges et axiaux, des séparateurs à air (cyclone et nettoyeur d'air), ainsi que des composantes de transporteurs pneumatiques. Communiquer avec Vladimir Prosek, ingénieur principal de marketing et de vente, Klima a.s., Krumlovska 38, 383 32 Prachatice, Tchécoslovaquie. Tél. : (0338) 21221. Télécopieur : (0338) 23645. Télécopieur : 144278.

Lim, Sagi Interior Furnishings, 10 Anson Road #16-14, International Plaza, Singapour 0207. Tél.: 221-0511. Télécopieur: 226-0611.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Un institut de recherche et de développement cherche des partenaires en vue d'établir des entreprises conjointes d'importation et d'exportation. L'institut, qui dispose de grandes installations d'essai, possède de l'expérience dans les véhicules à chenilles, les tracteurs, les machines d'exploitation forestière et les moteurs diesel. Les nouveaux projets sont reliés à l'utilisation de combustibles de remplacement (biodiesel de graines de colza, gaz naturel liquéfié, biogaz) dans des moteurs diesel et de petits complexes laitiers. Communiquer avec Dusan Bella, Marketing Manager, ZTS VVU a.s., Komenskeho 19, 03 621 Martin, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042) 842 32 005. Télécopieur : (0042) 842 33024. Télécopieur : (66) 75574.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entreprise recherche un partenaire d'entreprise conjointe qui l'aiderait à augmenter sa fabrication d'outils de presse, de gabarits de précision et de

Débouchés commerciaux

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une première partie. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

ALIMENTS ET BOISSONS

Agent: P. Egyed
Tél.: (613) 991-9483

Les États-Unis offrent de loin le marché d'exportation le plus important pour les produits agro-alimentaires canadiens tant pour ce qui est du volume que de la variété de produits vendus. La valeur totale des ventes aux niveaux du détail et des services alimentaires, qui atteignait 410 milliards \$ en 1990, passera à 440 milliards \$ d'ici la fin de 1991. Le marché américain est un marché d'acheteurs où la demande de produits nutritifs, pratiques et bien emballés s'accroît au niveau du commerce de détail.

Il existe des débouchés particulièrement prometteurs du côté des plats cuisinés (entrées prêtes à consommer, produits pour cuisson aux micro-ondes, canapés, etc.), des aliments «ethniques», des aliments préparés et des spécialités, et des produits répondant aux souhaits des consommateurs américains, c'est-à-dire sains, raffinés et non dommageables pour l'environnement. L'ensemble du marché américain/canadien des produits transformés et à valeur ajoutée croît trois fois plus vite que celui des produits bruts.



AMEUBLEMENT

Agent: T. Weinstein
Tél.: (613) 991-9479

Les États-Unis représentent un marché illimité pour presque tous les genres de meubles, qu'il s'agisse de meubles résidentiels, d'objets et d'accessoires mobiliers, de literie, de meubles de bureau ou fabriqués sur commande. Les meubles résidentiels sont devenus des «articles de mode» dont on se débarrasse plutôt que de les emporter avec soi lors d'un déménagement.

Les fabricants nord-américains de meubles de bureau et de meubles fabriqués sur commande ont été occupés à livrer les commandes passées à la fin des années 1980. Cependant, compte tenu de la conjoncture, nombre de sociétés qui ont besoin de nouveau mobilier retardent leurs commandes importantes jusqu'à la reprise de l'économie. Les immeubles de bureau et les édifices publics nouvellement construits ou agrandis (centres commer-

ciaux, aéroports, établissements de soins de santé, etc.) qui ont besoin de meubles fabriqués sur commande vont néanmoins de l'avant, mais à un rythme plus lent.



COMPOSANTES ÉLECTRONIQUES

Agent: D. Shaw
Tél.: (613) 991-9474

À mesure que l'économie américaine sort de la récession, on prévoit que l'industrie des composants va croître au taux composé de 6 à 8% jusque vers le milieu des années 1990. Pour l'année 1991, la croissance prévue est de 9%, le secteur le plus actif étant celui des semi-conducteurs et des dispositifs connexes. Dans le secteur des composants, les gains devraient se limiter à 5 ou 6%. Si la reprise économique s'accroît, la demande de composants électroniques, de dispositifs à semi-conducteurs et de circuits intégrés dépendra des progrès réalisés sur les marchés de l'informatique, des télécommunications et de l'automobile.

La récession, suivie d'une reprise léthargique, a provoqué un renforcement et un accroissement des efforts concurrentiels au sein de l'industrie américaine. Il existe cependant des débouchés intéressants pour une large gamme de produits allant des simples composants telles les résistances et les condensateurs aux puces et aux plaquettes multi-couches.



EMBALLAGE

Agent: P.-A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

La hausse annuelle de 3% qu'enregistre le secteur américain des machines d'emballage ne reflète pas les nombreux changements que connaît ce secteur. Dans l'emballage des aliments, par exemple, qui constitue le plus important sous-secteur, on remarque une demande constante de produits plus attrayants que l'on peut utiliser au four micro-ondes et qui ne nuisent pas à l'environnement. Cette demande devrait entraîner l'adoption d'une réglementation plus stricte en ce qui concerne les produits d'emballage. Il est probable qu'on s'achemine vers une

plus grande automatisation compte tenu de la hausse des coûts de main-d'œuvre.



EMBARCATIONS DE PLAISANCE ET DE TRAVAIL ET ACCESSOIRES

Agent: J. P. Petit
Tél.: (613)991-9482

La valeur du matériel expédié annuellement par l'industrie américaine de la navigation de plaisance dépasse 15 milliards \$US. Les importations aux États-Unis ont augmenté d'environ 25% par an au cours des six dernières années, mais ont chuté de 25% en 1989. En 1991, le gouvernement fédéral a imposé une taxe de luxe sur les embarcations d'une valeur supérieure à 100 000 \$US.

Cette mesure va probablement affaiblir les ventes dans cette catégorie coûteuse, mais favorisera la vente d'accessoires marins, de moteurs hors-bord et de petites embarcations. Les fabricants canadiens sont de plus en plus reconnus sur le marché américain en raison des produits novateurs et de qualité qu'ils offrent. En dépit de la lenteur de la reprise économique, du coût élevé des carburants et de l'évolution des goûts des consommateurs, les États-Unis constituent à long terme un intéressant marché pour les produits canadiens.

Le marché des embarcations de travail a connu un lent rétablissement freiné par le coût élevé du capital, les forts taux d'intérêt et une molle reprise de l'économie. Mais les travaux d'entretien et de génie maritime, de même que la demande d'accessoires et de produits marins devraient assurer de bons débouchés à court et à moyen terme.



INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE

Agent: G.H. Willows
Tél.: (613) 993-6576

En une décennie, le micro-ordinateur a cessé d'être le passe-temps d'un petit groupe d'amateurs pour constituer une menace pour l'existence des ordinateurs centraux et des mini-ordinateurs. En 1991, le marché global des micro-ordinateurs devrait dépasser 93 milliards \$, c'est-à-dire presque le double du marché des ordinateurs de plus grandes tailles. Malgré la faiblesse actuelle de l'économie, le marché américain des micro-ordinateurs et des logiciels devrait dépasser à lui seul 35 milliards \$US. L'an prochain, on s'attend à ce que les achats de micro-ordinateurs augmentent d'environ 8% aux États-Unis et de 15% dans le monde entier.

Les analystes de l'industrie prévoient que les systèmes d'exploitation MS-DOS/Windows continueront à dominer

en s'appropriant au moins 50% de l'ensemble du marché, que les systèmes Unix et OS/2 feront des gains et se partageront également 40% du marché tandis qu'Apple en conserverait 10%.

Les grands marchés régionaux reflètent les tendances démographiques en ce sens que les micro-ordinateurs progressent dans tous les milieux. On prévoit que les produits les plus en demande seront les appareils multimédias, les ordinateurs bloc-notes, les produits informatiques pour entreprises, et le cadre d'exploitation Windows.



QUINCAILLERIE ET PRODUITS DE BRICOLAGE

Agent: R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Il existe aux États-Unis plus de 2 000 fabricants de quincaillerie et de produits de bricolage, qui emploient quelque 130 000 personnes. En 1990, la valeur totale de ce marché atteignait 100 milliards \$, dont la majeure partie a été affectée à la construction d'annexes et à des travaux de rénovation et de réparation domiciliaires. Plus de 75% de toutes les ventes de produits de bricolage ont été réalisées par les grandes chaînes de quincailleries et de magasins de produits de bricolage.

La demande de quincaillerie et de produits de bricolage est étroitement liée au niveau d'activité dans les secteurs de la construction résidentielle et non résidentielle et de la rénovation. C'est dans les points de vente de produits de bricolage, un secteur en pleine croissance, que les ventes de ces produits sont les plus importantes.



PLASTIQUES

Agent: R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Actuellement, les plastiques sont les matériaux les plus utilisés aux États-Unis. Leurs multiples usages leur permettent de plus en plus de remplacer les métaux, le verre, le papier, le bois et d'autres matériaux. L'amélioration de leurs caractéristiques, comme la résistance aux températures élevées, le rapport élevé hauteur/poids, et la résistance aux agents chimiques et à la corrosion leur ont permis de prendre une place de plus en plus dominante.

Les industries du conditionnement sont toujours les plus gros utilisateurs de plastiques, suivies des industries du transport, de l'électronique, de la construction, des matériels médicaux et des articles de sport. Le Canada et l'Asie orientale sont les deux premiers exportateurs vers le marché américain puisqu'ils fournissent chacun 25,2% du marché. Le Japon vient ensuite avec 18,8% du marché.

Foires, missions et séminaires sur l'environnement

Pour les sociétés canadiennes, une excellente façon de faire la promotion de leurs technologies, produits et services dans le domaine de l'environnement sur le marché américain, c'est de participer à des foires commerciales, à des missions, à des séminaires et à des ateliers.

Par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis et en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada favorise la participation d'entreprises canadiennes dans le but de les aider à explorer les débouchés dans le domaine de l'environnement sur le marché américain.

Voici une liste d'activités choisies dont les sociétés canadiennes pourraient tirer profit.

FOIRES COMMERCIALES

• **New England Environmental Expo** - Boston, 28-30 avril 1992 - Exposition nationale de produits et services environnementaux, cette manifestation, qui compte 400 exposants, est la plus grande de la région et vise les entreprises dans les secteurs des produits et des services.

• **Water Pollution Control Association of New Jersey** - Atlantic City, 5-7 mai 1992 - Exposition régionale de matériel, d'instruments et de services de contrôle de la pollution de l'eau. Elle compte 200 exposants et attire 3 000 ingénieurs, acheteurs et chargés de la réglementation des industries, des municipalités et des États.

• **Waste Expo 92** - Nouvelle-Orléans, 6-8 mai 1992 - Exposition internationale de matériel de collecte, de transport et d'élimination des déchets solides et dangereux ainsi que de matériel, de produits et de services de soutien connexes. Elle compte 350 exposants et attire 12 000 cadres et personnes d'affaires des secteurs privé et public qui exercent des activités dans le domaine des déchets solides.

• **HazTech Trade Show & Conference**

- Pittsburgh, 12-14 mai 1992 - Ce salon régional comporte du matériel, des systèmes et des services pour la collecte, le confinement et l'élimination des substances et des déchets toxiques et dangereux produits par les utilisateurs industriels et municipaux. Cette manifestation, qui couvre la région de l'Ohio, de la Pennsylvanie, de la Virginie occidentale, du Maryland et la partie inférieure de l'État de New York, compte 170 exposants et attire des ingénieurs d'usine, des ingénieurs-conseils dans le domaine de l'environnement, du personnel d'intervention en cas d'urgence et des cadres du gouvernement des États, chargés des achats.

• **Hazardous Materials Management Conference** - Atlantic City, 10-12 juin 1992 - Ce salon national, qui compte 650 exposants, comporte du matériel pour la manutention, le traitement, l'entreposage et le transport des substances et des déchets dangereux. Parmi les 12 000 participants, on compte des ingénieurs d'usine et de l'environnement, des cadres chargés de la gestion des déchets municipaux, des chimistes, des techniciens et du personnel d'intervention en cas d'urgence.

• **Air & Waste Management Association** - Kansas City, 22-26 juin 1992 - Ce salon national, qui compte 400 exposants, présente des produits et services pour le contrôle de la pollution atmosphérique et la gestion des déchets, y compris l'instrumentation, le matériel de contrôle et les services d'ingénierie et de consultation. Des ingénieurs, des spécialistes de la gestion des déchets ainsi que du personnel de contrôle de l'environnement du gouvernement fédéral, des États et des municipalités participent au salon.

MISSIONS

• **Mission à la California Water Pollution Control Conference** - Sacramento, 8-10 avril 1992 - Visant les fabricants et les fournisseurs de matériel et de services de contrôle de la pollution de l'eau, cette manifestation attire environ 1000 visiteurs, notam-

ment des planificateurs, des ingénieurs, des experts-conseils et des représentants de villes, qui s'occupent de questions reliées à la qualité de l'eau.

• **Mission des entreprises canadiennes de gestion des déchets dangereux** - Los Angeles, avril 1992 - La mission rencontrera des fabricants, des experts-conseils et des chargés de la réglementation dans le domaine du matériel, des systèmes et des services relatifs à la gestion des déchets dangereux.

• **Mission à l'Environmental Business Council** - Boston, avril 1992 - Membres de l'Environmental Business Council et sociétés canadiennes invitées qui s'occupent de la gamme entière des produits et services environnementaux.

• **Mission de l'étranger à l'American Water Works Association Show** - Vancouver - 18-22 juin 1992 - Environ 25 acheteurs américains choisis et invités par des consulats du Canada aux États-Unis s'intéresseront aux compteurs d'eau, aux tuyaux, aux valves et à d'autres composantes reliées à l'industrie de l'adduction d'eau. Le salon attire près de 9000 cadres des municipalités et des États, des ingénieurs, des entrepreneurs et des spécialistes de l'environnement.

ATELIERS ET SÉMINAIRES

• **Forum Canada-États-Unis sur l'environnement** - Raleigh (Caroline du Nord) - 26-27 juin 1992 - Le forum comportera des technologies dans cinq domaines principaux concernant l'environnement: l'atmosphère, les déchets, l'eau, la gestion et l'ingénierie. La manifestation vise à promouvoir la collaboration entre des organismes américains et leurs homologues canadiens en vue d'explorer les partenariats, la collaboration, les entreprises conjointes, les contrats de recherche et les alliances stratégiques.

Pour s'inscrire communiquer avec M. Donald Marsan, UTO. Télécopieur : (613) 990-9119.

Le Canada participera au salon Emballage 92 de Paris

PARIS — Le Canada aura un kiosque d'information au salon Emballage 92 qui se tiendra du 12 au 18 novembre 1992 à Paris-Villepinte.

Il s'agira de la 30e édition de ce salon qui a lieu tous les deux ans. En 1990, le salon a attiré 2 800 exposants d'une trentaine de pays et 130 000 visiteurs dont 21 000 venus de l'étranger.

La présence canadienne vise à promouvoir la formation d'alliances internationales dans les technologies agro-alimentaires. Elle complète aussi l'étude économique du secteur de l'emballage en France réalisée par Investissement Canada. L'étude contient entre autres

des profils d'entreprises de pointe dans la production et la fabrication de machines d'emballage.

Le consulat du Canada à Lyon, avec l'appui des délégations du Québec et de l'Ontario en France, est prêt à accueillir une mission et invite les sociétés canadiennes motivées par des échanges technologiques ou un partenariat à se manifester.

Pour plus d'information, communiquer avec Walter Conrad, Industrie, Science et Technologie Canada, tél. : (613) 954 3011; télécopieur : (613) 954-3079.

Salon du matériel et des pièces d'électronique en Corée

SÉOUL - Les sociétés canadiennes ont la possibilité d'explorer le marché croissant des pièces et du matériel électroniques en Corée, et d'accroître leur part de ce marché en participant au Korea International Electronic Parts and Equipment Show (KEPES 92) (salon international des pièces et du matériel électroniques de la Corée), qui se tiendra au Korea Exhibition Centre du 20 au 24 mai 1992.

D'après les organisateurs du salon, la Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA) et la Korea Electronics Industries Cooperative (KEIC), l'industrie de l'électronique de ce pays occupe le sixième rang à l'échelle mondiale. Malgré cette croissance, il est nécessaire de trouver de nouveaux exportateurs afin de remédier au développement insuffisant des industries connexes telles les pièces et les composantes électroniques, le matériel de fabrication, les instruments de mesure et le matériel d'essai.

KEPES 92, qui a lieu chaque année depuis 1986, permet au pays de trouver ces exportateurs.

Le salon est une exposition spécialisée qui présente seulement des pièces, des composantes électroniques et du matériel connexe. La plupart des participants sont des gens d'affaires qui œuvrent dans ce secteur industriel clé.

Pour plus d'information sur KEPES 92 ou sur la façon de participer, s'adresser au Korea Trade Centre, C.P. 9, bureau 600, 65, rue Queen ouest, Toronto (Ontario) M5H 2M5. Tél. : (416) 368-3399. Télécopieur : (416) 368-2893.

Salon des produits d'intérieur au Japon

TOKYO - Le salon commercial annuel de produits d'intérieur importés haut de gamme destinés au marché japonais se tiendra du 20 au 23 mai 1992 au centre d'exposition Sunshinê City de Tokyo.

Le sixième Lifestyle Europe 92 offre aux exposants d'intéressants débouchés commerciaux en leur permettant de rencontrer acheteurs et distributeurs.

Tenu pour la première fois en 1987, Lifestyle Europe met l'accent sur les six secteurs de marché qui offrent des

Super salon de l'alimentation à Montréal

MONTREAL - Des places sont encore disponibles pour les entreprises qui désirent participer au Super Salon de l'Alimentation (SSA) International, qui se tiendra du 24 au 26 mai 1992.

Reconnu par le Tradeshow Week comme l'une des 50 plus importantes expositions commerciales au Canada, SAA International est un événement qui regroupe tous les secteurs de l'industrie de l'alimentation au détail, y compris les aliments fins et les spécialités alimentaires, les boissons et le matériel relié à l'alimentation.

Le salon attire des participants canadiens, américains et européens, notamment des fabricants, des distributeurs, des importateurs, des grossistes, des courtiers, des entreprises de services et des attachés commerciaux.

En 1991, le SAA International a compté plus 350 exposants et attiré plus de 14 500 visiteurs professionnels.

Pour plus d'information, communiquer (à Montréal) avec Mme Ginette Grisé, tél. : (514) 289-9669; ou (à Toronto) avec Mme Marlene Patterson, tél. : (416) 270-1624.

Foires, salons, expositions et missions en Europe

Voici, en ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1992-1993.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle où plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte.

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions sont constituées soit d'exportateurs canadiens (MVE), ou d'acheteurs potentiels de l'étranger (MEA). Pour obtenir plus d'information sur ces événements ou sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél.: (613) 996-5554. Télécopieur: (613) 995-6319.

Europe de l'Est

PRODUITS DE TECHNOLOGIE DE POINTE

- **Infosystem** - Poznan (Pologne) - 6 au 10 avril 1992. Matériel d'électroniques, de télécommunications et d'ordinateurs. (KI)
- **Sofia Technical Days Fair** - Sofia (Bulgarie) - Mai 1992. Bureautique, ordinateurs, informatique. (KI)
- **Mission à l'étranger du Industrial Technology Working Group/Defence Conversion** - Moscou, Saint-Pétersbourg et Kiev - Juin 1992

CONTRÔLE DE PROCÉDÉS ET INSTRUMENTATION (MEA)

- **TELECOM 9** - Budapest (Hongrie) - 12 au 17 oct. 1992. Matériel de télécommunications. (SN)

PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

- **Mission de l'étranger au Western Farm Progress Show** - Regina (Sask.), Canada - Juin 1992. Culture à sec et technologie agricole. (MEA)
- **Polagra 92** - Poznan (Pologne) - 1er au 6 oct. 1992

Agriculture, alimentation et transformation des aliments. (KI)

PRODUITS ET SERVICES DE CONSOMMATION

- **TIBC** - Roumanie - 28 mai au 4 juin 1992. Foire de produits grand public (KI)

CONSTRUCTION, PRODUITS ET SERVICES CONNEXES

- **Foire internationale de Poznan** - Poznan (Pologne) - 14 au 21 juin 1992. Foire horizontale (Construction). (KI)
- **Mission à l'étranger dans le domaine de la construction** - Varsovie et Poznan - Juin 1992. Matériaux et outils reliés à la construction. (MVE)
- **Mission à l'étranger dans le domaine des techniques de construction** - Moscou, Saint-Pétersbourg et Kiev - Nov. 1992. Construction préfabriquée et industrielle. Techniques de construction. (MEA)

PRODUITS FORESTIERS

- **PAP-FOR 92** - Saint-Pétersbourg - 22 au 26 sept. 1992. Foresterie et cellulose. (MVE)

ACTIVITÉS GÉNÉRALES

- **Mission sur les valeurs sûres** - Prague et Bratislava (Tchécoslovaquie) - Avril 1992. Possibilités commerciales et d'investissement en RFTS. (MVE)
- **Foire d'ingénierie de BRNO** - Brno (Tchécoslovaquie) - 16 au 23 sept. 1992. Produits d'ingénierie et industriels. (SN)
- **Mission à l'étranger sur les industries des ressources** - L'Ouest de la Russie - Sept. 1992. Minerais, foresterie, pêcheries et pétrole. (MEA)
- **TIB 92** - Bucharest (Roumanie) - 8 au 15 oct. 1992. Foire de construction. (SN)

MACHINES INDUSTRIELLES

- **Foire du printemps de Budapest** - Budapest (Hongrie) - 20 au 27 mai 1992. Produits industriels de construction et sectoriels. (KI)
- **Mission à l'étranger dans le domaine de l'environnement** - Budapest (Hongrie) - Juin 1992. Produits environnementaux, eaux usées industrielles, instrumentation et services. (MVE)
- **Foire internationale d'automne de Zagreb** - Zagreb

Europe de l'Est et de l'Ouest en 1992 et 1993

(Yougoslavie) - 14-20 sept. 1992. Foire industrielle horizontale (établissement des contrats par la mission). SN

• **Foire technique internationale d'automne de Plovdiv** - Plovdiv (Bulgarie) - 21 au 27 sept. 1992. Foire industrielle horizontale. (KI)

• **Mission technique** à l'étranger dans le domaine de l'environnement - Prague, Bratislava, Ostrava, Katowice et Varsovie - sept. et oct. 1992 - Produits environnementaux et produits et services connexes. (MVE)

• Exposition technique internationale de l'environnement **ENVIBRNO** - Brno (Tchécoslovaquie) - 20 au 23 oct. 1992. Produits et services environnementaux. (KIE)

EXPLOITATION MINIERE, MÉTAUX ET MINÉRAIS

• **Mission** à l'étranger dans les domaines du matériel et de la technologie d'exploitation minière - Yougoslavie, Bulgarie et Albanie - Oct. 1992. Matériel et services d'exploitation minière. (MVE)

• **Mission** au Canada dans le domaine de la métallurgie - Nov. 1992. Métaux de première fusion et ouvrés. (MEA)

PRODUITS DU PÉTROLE ET DU GAZ NATUREL

• **NEFTEGAZ 92** - Moscou - 19 au 27 mai 1992. Matériel et services dans les domaines du pétrole et du gaz. (SN)

• **Mission** de l'étranger au **National Petroleum Show** - Calgary - 9 au 11 juin 1992. Pétrole et du gaz. (MEA)

Europe de l'Ouest

PRODUITS DE HAUTE TECHNOLOGIE

• **Mission** dans le domaine de l'instrumentation à la **HET Instrumental FAIR** - La Haye (Pays-Bas) et Vienne (Autriche) - 6 au 10 avril 1992 - Instruments, appareils et systèmes. (MVE)

• **Communications 92** - Birmingham (R.-U.), 7 au 10 avril 1992. Télécommunications. (KIE)

• **TMAB EXHIBITION, FORUM & TELECOM** (avec Investissement Canada sur les télécommunications) (KI) - Bruxelles (Belgique) - 8 et 9 avril 1992. Télécommunications et télématique. (KI)

• **Journée européenne des composites** - Lyon (France) - 22 au 24 avril 1992. Composites. (KI)

• **COMDEF 92** - Southampton (R.-U.) - 29 mai au 1er juin 1992. Informatique. (KIE)

• **Mission** à l'étranger dans le domaine des logiciels - Irlande - Mai 1992 - Expansion du marché vers l'Europe en utilisant, comme base, l'Irlande et les accords de collaboration avec des partenaires irlandais. (MVE)

• **MEDIAVILLE** - Rennes (France) - Juin 1992. Télédiffusion et câblodistribution. (KI)

• **Congrès international de télédiffusion** - Amsterdam (Pays-Bas) - 3 au 7 juillet 1992 - Télédiffusion, câblodistribution. (SN)

• **Mission** à l'étranger d'informatique et de technologies de pointe - Pays scandinaves - Sept. 1992. Informatique, y compris le matériel, la télématique et les logiciels. (MVE)

• **ORBIT 92** - Bâle (Suisse) - 8 au 12 sept. 1992. Produits et services de technologie de pointe. (KI)

• **EXPOTRONICA 92** - Espagne - 13 au 16 oct. 1992. Matériel de communication par satellite, composants électroniques, systèmes de câble et de télévision. (SN)

• **SYSTEC 92** - Munich (Allemagne) - 19 au 23 oct. 1992. Produits informatiques (produits de remplacement avec systèmes). (KIE)

• **Communications 92** - Istanbul (Turquie) - 28 oct. au 1er nov. 1992. Télécommunications et communications. (KI)

• **Mission** à l'étranger dans le domaine des logiciels de contrôle de la qualité - Milan (Italie) - Oct. 1992. Applications de logiciels (MVE)

• **Mission** de technologies de l'information venant de l'étranger - Toronto, Ottawa, Montréal - Oct. 1992. Technologies de l'information. (MEA)

• **Mission** d'automatisation et de robotique à l'étranger. Vienne, Linz, Graz (Autriche) - Oct. 1992 - Automatisation et robotique dans le secteur de la fabrication. (MVE)

• **Mission** dans le domaine de la bureautique à la **Efficiency Beurs Fair** - Amsterdam, La Haye - Oct. 1992. Bureautique, informatique et communications. (MVE)

• **Open Systems Exhibition** - Londres (R.-U.) - 4 au 6 nov. 1992. Informatique et communications. (KIE)

• **INTER/ELEC 92** et table ronde d'Investissement Canada sur l'électronique - Ghent (Belgique) - 19 au 23 nov. 1992. Électronique et matériel électrotechnique. (KI)

• **PRONIC 92** - Paris (France) - 30 nov. au 4 déc. 1992. Matériel électronique. (KI)

• **EXPOTELCOM** - Portugal - Nov. 1992. Télématique, informatique et technologie de l'information (KIE)

• **P.C. Forum** - Paris (France) - Fév. 1993. Produits de la technologie de pointe. (KIE)

• **CEBIT 93** - Hanovre (Allemagne) - 24-31 mars 1993. Produits de télécommunications et d'informatique. (SN)

• **Logiciel et automatisation** - Kortrijk (Belgique) - mars 1993. Informatique, logiciels de pointe. (KI)

Suite au prochain numéro.

Excellent marché agro-alimentaire au Mexique

Avec une population de 85 millions d'habitants, le Mexique représente un marché important et en pleine croissance pour les exportateurs canadiens. Le principal objectif de la participation du Canada à l'accord tripartite de libre-échange avec le Mexique et les États-Unis est d'assurer un meilleur accès de nos biens, services et investissements au marché mexicain aux conditions accordées aux États-Unis.

Le Mexique constitue notre plus important marché agro-alimentaire en Amérique latine et notre quinzième dans le monde (167,4 millions \$ en 1989). Il ne fait aucun doute que les Canadiens peuvent obtenir une meilleure part du marché agro-alimentaire mexicain avec un accord de libre-échange nord-américain et aussi grâce à une libéralisation du régime commercial qui permettra aux producteurs mexicains de faire plus largement appel aux produits, à la formation et aux technologies de chez-nous.

Le Mexique demeure un des principaux marchés d'exportations de lait écrémé en poudre (LEP) pour le Canada (63,1 millions \$ en 1990). Toutefois le Mexique tend vers l'autosuffisance d'ici 1994. On peut donc prévoir une baisse progressive d'importation de LEP mais le Canada est certes capable de conserver une bonne part du marché.

D'ailleurs, pour atteindre cette autosuffisance, le gouvernement mexicain importera quelque 150 000 vaches laitières au cours des quatre prochaines années. Quant aux bovins de boucherie, le Canada en a exporté en 1989 pour 2,8 millions \$ sur un marché potentiel de 82 millions \$.

Le Mexique est un marché très prometteur pour l'importation de porcs de race et hybrides de qualité. La viande de porc demeure frappée d'une taxe de 20% mais les bêtes de reproduction sont exemptées.

La demande mexicaine de coupes de bœuf de qualité supérieure pourrait par ailleurs contribuer à accroître les expor-

tations canadiennes.

Dans le domaine de la pomme de terre de semence, le potentiel d'exportation au Mexique est considérable. Le Canada a multiplié par onze ses exportations entre 1989 et 1990 (de 108 000 \$ à 1,26 millions \$). À long terme, les producteurs canadiens seront peut-être contraints de remplacer les variétés offertes pour répondre aux préférences des Mexicains. Parmi les variétés à chair jaune, Alpha est excellent vendeur.

Pour ce qui est des légumineuses: haricots colorés, lentilles et pois, la moyenne annuelle des importations mexicaines a été de 48,6 millions \$US. La part canadienne du marché est passée de 5,3 millions \$US en 1989 à 10,7 millions \$US en 1990. Ce marché, ne sera pas très actif en 1992.

Toutefois, les importations mexicaines d'aliments transformés et de boissons sont en forte croissance à cause de la réduction des tarifs douaniers et de l'augmentation des revenus personnels.

D'excellents débouchés s'offrent pour la vente de produits alimentaires canadiens spéciaux tels que les produits de boulangerie, les produits de la pomme de terre et de poisson congelés, les boissons alcooliques et l'eau de source. Le marché des produits de luxe dans l'industrie hôtelière et celle de la restauration est également en plein essor à cause de l'industrie touristique prospère.

Agriculture Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et Industrie, Sciences et Technologie Canada sont en mesure d'aider les associations agro-alimentaires à élaborer des stratégies d'exportation vers le Mexique.

Pour obtenir une copie de l'étude détaillée sur le marché agro-alimentaire du Mexique, communiquez avec Agriculture Canada, Édifice C.D. Howe, 240 rue Sparks, Ottawa, Ont. K1A 0C5. Tél.: (613) 993-6671; Télécopieur: (613) 995-0949.

Le secteur médical de Cuba est ouvert aux importations

Le secteur médical, en particulier celui de biotechnologie, compte parmi les trois priorités du plan de développement de Cuba. C'est ce qui ressort d'une note de service de l'ambassade du Canada à La Havane, fondée sur son étude révisée, intitulée **Medical Sector Profile in Cuba** (profil du secteur médical à Cuba), effectuée en décembre 1991. Les importations du secteur médical atteignent en moyenne 700 millions \$CAN par année.

En raison de l'interruption des relations commerciales avec les pays de l'Europe de l'Est et de l'ancienne Union soviétique, ainsi que de la situation économique difficile au pays, la taille globale de ces programmes d'importation a été réduite.

Le statut prioritaire de la santé permet toutefois à ce secteur d'avoir accès à des fonds spéciaux en devises fortes, garantis par lettre de crédit irrévocable, pour importer les fournitures médicales essentielles.

En outre, les entreprises canadiennes qui exportent à Cuba peuvent tirer parti de l'assurance à l'exportation de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) aux termes de l'article 24 de la Loi sur l'expansion des exportations.

L'admissibilité à cette assurance de la SEE n'est accordée que par la Banque nationale de Cuba et le ministère du Commerce extérieur de ce pays après avoir confirmé à la SEE

(Voir page 11 - La santé.)

La santé est un secteur prioritaire à Cuba

(Suite de la première page.)

que le contrat représente une importation prioritaire. Le paiement à l'exportateur canadien s'effectue sur présentation des documents d'expédition à la banque canadienne de l'exportateur.)

Dans le secteur des soins médicaux, les importations prioritaires de Cuba comprennent les trousseaux et les réactifs de diagnostic, les produits pharmaceutiques, les produits vétérinaires, les contenants et les couvercles pour médicaments, le matériel médical jetable destiné aux hôpitaux, les instruments chirurgicaux et les fils de suture, les trousseaux médicaux, les fraises dentaires et les matières premières pour les produits de biotechnologie.

Le secteur médical offre aussi la possibilité d'établir des accords de production coopérative et des entreprises conjointes avec des fabricants locaux, surtout en ce qui concerne les produits de biotechnologie ainsi que le matériel et les réactifs destinés aux hôpitaux. Fait à noter, à Cuba, les investisseurs sont autorisés à rapatrier les profits découlant de leurs investissements.

Il est possible d'obtenir plus d'information sur ces questions et d'autres sujets dans l'étude **Medical Sector Profil in Cuba**. On peut s'en procurer des exemplaires auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les exportateurs canadiens qui désirent faire des affaires avec Cuba dans le

McDonnell Douglas concède des licences de brevets

Le consulat général du Canada à Los Angeles avise les entreprises canadiennes qu'elles peuvent actuellement tirer parti de la nouvelle technologie et des possibilités de concession de licences de brevets offertes par les divisions de McDonnell Douglas Corporation dans le sud de la Californie.

McDonnell Douglas Electronic Systems à Santa Ana détient plusieurs brevets dans les domaines des circuits électroniques, des produits électroniques et de la soudure. Space Systems Division à Huntington Beach possède une liste de 17 brevets relatifs aux

fibres optiques, qui peuvent tous faire l'objet de concession de licences aux entreprises intéressées.

Les négociations concernant la concession de licences auront lieu au siège social de McDonnell Douglas, à St. Louis; on peut se procurer une liste complète des titres de brevets et des personnes-ressources auprès de M. Doug Paterson, délégué commercial ou de M. Jeff Gray, agent commercial, en s'adressant au consulat général du Canada, 300 S. Grand Ave., 10^e étage, Los Angeles, Californie 90071, États-Unis Télécopieur : (213) 620-8827.

Lignes de crédit SEE pour le Mexique et la Barbade

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a établi une ligne de crédit de 100 millions \$US avec Telefonos de Mexico (Telmex) et renouvelé celle de 5 millions \$ consentie à la Banque nationale de la Barbade.

Telmex est le principal fournisseur de services de télécommunications au Mexique. La société a été privatisée en 1990 avec le mandat de moderniser son infrastructure technologique.

Telmex s'engagera dans un ambitieux programme d'investissement.

Les exportateurs canadiens pourront continuer de proposer à leurs acheteurs de ces deux pays de se prévaloir de la lignes de crédit pour financer plus efficacement leurs transactions.

Pour plus de renseignements, communiquer avec un des bureaux régionaux de la SEE.

Numéros à noter

Les nouveaux numéros de téléphone et de télécopieurs de l'ambassade à La Havane sont les suivants : tél. : (011-53-7) 33-2516, 2517, 2527, 2752 et 2382. Télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

L'ambassade à Abidjan a maintenant deux nouveaux télécopieurs. Le numéro de la section commerciale est le 22-05-30.

secteur des soins médicaux devraient aussi communiquer avec le service commercial de l'ambassade du Canada, C.P. 500 (Havan), Ottawa K1N 8T7.

Tél. : (011-53-7) 33-2516/17/27. Télécopieur : (code de destination 28) 51-1586 (CAN CU). Télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

AU CALENDRIER

SAINT-JEAN, T.-N. - 21 et 22 avril - **Seafood Outlook 92**, une conférence sur la mise en marché des fuits de mer qui s'adresse aux transformateurs et aux exportateurs. Des consultants, des professionnels du secteur de l'alimentation et des acheteurs internationaux y participent. Pour plus d'information, communiquer avec Paul Rose, tél. : (709) 772-5511; télécopieur: (709) 772-2373.

MONTRÉAL - 7 avril; **OTTAWA** - 8 avril; **VANCOUVER** - 10 avril: Séminaire sur l'exportation et le marketing des services aux États-Unis. Pour plus d'information, communiquer avec Margaret McNabb, AECEC, tél.: (613) 998-9441; télécopieur: (613) 990-9119.

OTTAWA - 28 avril - Début d'un cours en dix sessions à l'université Carleton sur l'histoire, la langue, la politique et la socio-économie du Moyen-Orient. Pour

plus de renseignements, communiquer avec le professeur Hassan M. Eltaher, tél. et télécopieur : (613) 825-1339

MONTRÉAL - 24 au 26 mai - Le Super Salon International de l'Alimentation (**SSA International**), à la Place Bonaventure. Pour plus d'information, communiquer (à Montréal) avec Mme Ginette Grisé, tél. : (514) 289-9669; ou (à Toronto) avec Mme Marlene Patterson, tél. : (416) 270-1624.

Publications

Exportations en Afrique du Sud

Le Canada a modifié sa politique sur les sanctions et les contrôles appliqués à l'exportation de produits stratégiques en Afrique du Sud. Pour obtenir une copie de l'*avis aux exportateurs #59* concernant ces modifications, communiquer avec la Direction du contrôle des exportations (KPE), Direction générale des licences d'exportation et d'importation, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, C.P. 481 Succ. A, Ottawa, Ont. K1N 9K6. Tél. : (613) 996-2387; télécopieur: (613) 996-9933; télex : 053-3745 ou avec **Info Export** : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa, 993-6435). Précisez le code #57XB

L'Inde de l'ouest

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada met à la disposition des exportateurs un guide du marché de l'Inde de l'ouest préparé par un consultant indépendant sous la direction du consulat du Canada à Bombay. On peut

se procurer un exemplaire de *Doing Business in India, a Western India Perspective* en communiquant avec la Division de l'expansion du commerce en Asie et le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7689; télécopieur : (613) 996-4309).

L'architecture s'exporte bien aux États-Unis

La construction non-résidentielle aux États-Unis a atteint 350 milliards \$ l'an dernier. Il s'agit d'un marché fort lucratif non seulement pour les grands bureaux d'architectes canadiens mais aussi pour les plus petits.

Une étude récente réalisée conjointement par la Division du développement du tourisme et du commerce avec les États-Unis et l'Institut royal d'architecture du Canada vise à favoriser les échanges de services en architecture entre les deux pays. L'étude porte spécifiquement sur les potentiels et dé-

bouchés qu'offrent Seattle et San Francisco. Elle s'intitule *Reviving America's Urban Cores : Downtown and Waterfront Potentials in Seattle and San Francisco*.

Pour obtenir une copie de l'étude, communiquer avec Tim Kehoe, de l'Institut royal d'architecture du Canada, tél. : (613) 232-7165; télécopieur : (613) 232-7559.

Export Atout

Export Atout est une publication d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada qui dévoile quelques conseils provenant d'entreprises canadiennes qui ont réussi sur la scène internationale. Elle fait ressortir l'expérience acquise par des petites et moyennes entreprises qui représentent bien la plupart des secteurs et des marchés. *Export Atout* est disponible auprès d'**Info Export** : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa, 993-6435), sous le numéro de code 69TF.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **Info-Export** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



LATEST ISSUE

DERNIER
NUMERO

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

MAR

CANADEXPORT

Vol. 10 N°5

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY 6 mars 1992

RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

80 millions \$ pour un projet agricole au Brésil

Le processus d'approvisionnement relatif à un projet de modernisation de la technologie agricole de 80 millions \$US (PROMOAGRO), financé par la Banque interaméricaine de développement, doit commencer au cours des quelques prochains mois et les entreprises canadiennes qui agissent rapidement peuvent participer à l'appel d'offres lancé à l'échelle internationale.

La portion en devises étrangères (67,5 millions \$) du projet servira à acquérir, entre autres, des produits et des services d'une valeur d'environ :

- 27 millions \$ pour l'achat de machines et de matériel — tracteurs, moissonneuses, épandeurs d'engrais, matériel de pulvérisation de pesticides, matériel d'irrigation et de drainage, matériel de laboratoire - centrifugeuses, spectromètres, microscopes, chromatographes, phytomètres, matériel audiovisuel, matériel pour systèmes informatiques - serveurs, terminaux, imprimantes, lecteurs, câblage, meubles et matériel divers.

- 10,3 millions \$ pour la formation à l'étranger — afin de permettre à 83 employés d'obtenir des doctorats dans certains domaines de spécialisation dans des universités à l'étranger.

- 5 millions \$ pour l'acquisition de services de consultation à l'étranger — dans les quatre domaines principaux de la technologie de pointe et de la biotechnologie, des systèmes d'information, de la conservation du sol et la protection des plantes, et du développement d'établissements.

(Voir page 2 : Projet.)

Série d'ateliers sur les contrats financés par la Banque asiatique de développement

«Comment préparer de bonnes soumissions pour des projets et des contrats d'aide technique financés par la Banque asiatique de développement (BAD)», tel est le sujet des ateliers offerts à Calgary, Montréal, Toronto et Vancouver entre le 30 mars et le 10 avril.

Ces ateliers visent à aider les experts-conseils, les entrepreneurs et les manufacturiers qui œuvrent à l'échelle internationale à préparer des soumissions complètes et compétitives pour améliorer leurs chances de décrocher des contrats financés par la BAD.

Les entreprises canadiennes ont souvent raté de bonnes occasions lors des appels d'offres de la BAD. Elles sont dans la plupart des cas compétitives mais une mauvaise compréhension des normes les fait échouer.

Ces ateliers devraient permettre de rectifier cette situation et d'effectuer de meilleures percées auprès de la BAD, qui en 1991, s'est engagée à accorder des prêts d'environ 5 milliards \$US pour la promotion du développement économique et social dans la région de l'Asie et du Pacifique.

L'an dernier, la BAD a aussi dépensé plus de 3 milliards \$US pour l'achat de produits et services dans le cadre d'appels d'offres auxquels peuvent participer les entreprises canadiennes.

La BAD administre aussi un programme d'aide technique pour les experts-conseils, qui, s'ils sont choisis ont la chance de se faire valoir auprès d'importants organismes.

Au cours de la première journée du programme, à Montréal, Toronto et Vancouver, M. Ronald Chan, analyste-conseil principal à la BAD, et M. Benny

Kwong, spécialiste principal des achats (Direction centrale des projets) animeront simultanément des ateliers séparés à l'intention des experts-conseils et des fournisseurs de matériel sur la préparation de soumissions relatives aux contrats financés par la BAD.

À Calgary, l'atelier animé par M. Kwong portera sur les achats. M. Anthony Burger, directeur exécutif pour le Canada à la BAD à Manille, et M. Robert Shaw-Wood, agent de liaison du Canada avec la BAD à l'ambassade du Canada aux Philippines, seront présents à tous les ateliers.

Le deuxième jour de chaque atelier, les participants auront la possibilité de discuter en privé avec des cadres de la BAD des exigences précises des appels d'offres.

Voici les responsables des ateliers :

- Calgary — 30-31 mars (M. Gerald Milot, Centre de commerce international. Tél. : (403) 292-6409. Télécopieur : (403) 292-4578).

- Montréal — 2-3 avril (M. Claude Blais, Centre de commerce international. Tél. : (514) 283-7856. Télécopieur : (514) 283-8794).

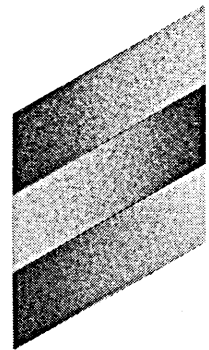
- Toronto — 6-7 avril (Mme Alice Lam, Société internationale de

(Voir page 2 : La BAD.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Le potentiel des secteurs aux États-Unis	4-5
Pleins feux sur l'environnement ..	6
Salons et missions en Europe ..	8-10

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Posez votre candidature pour le Prix Canada pour l'excellence en affaires

Les entreprises canadiennes qui désirent poser leur candidature pour le Prix Canada pour l'excellence en affaires ont jusqu'au 8 avril pour le faire.

Le concours est ouvert à tous les types d'entreprises quelle que soit leur envergure. Jusqu'à trois lauréats seront choisis dans les catégories suivantes : entrepreneurship, environnement, design industriel, innovation, marketing, petite entreprise et qualité totale.

Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du

Commerce extérieur, M. Michael Wilson a rappelé que le Prix en est à sa neuvième édition et que les lauréats sont d'excellents exemples de la capacité des entreprises canadiennes à soutenir la concurrence internationale, si vive soit-elle.

Pour en savoir davantage ou pour obtenir un formulaire de candidature, communiquer avec Dominique Veilleux (613) 954-4083 ou avec tout bureau régional d'Industrie, Sciences et Technologie Canada.

WIN Exports la clé du succès

Trouver des filons pour exporter est une des meilleures clés du succès d'une entreprise. Le programme WIN Exports, géré par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aide les entreprises à multiplier les contacts à l'étranger.

Chaque année, les 1200 délégués commerciaux du Canada reçoivent plus de 100 000 demandes d'information de la part d'acheteurs étrangers. Ils utilisent la banque de données WIN Exports pour se renseigner sur les produits et services offerts par les entreprises canadiennes. Les informations sont utilisées exclusivement par les services commerciaux du ministère.

Pour recevoir le questionnaire d'inscription, il suffit de communiquer avec Info Export, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (BPTÉ), 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : 1 800 267-8376. (région d'Ottawa) 993-6435). Télécopieur : (613) 996-9709. Préciser le numéro de code 50TB.

Projet agricole au Brésil

(Suite de la première page.)

• 3,5 millions \$ pour la **production technique**, engrais, pesticides, herbicides, médicaments et sels minéraux pour animaux, semences, matériel de laboratoire en verre et réactifs.

• 6 millions de dollars pour la **construction**.

L'organisme chargé de l'exécution du projet est l'Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuaria (EMBRAPA). La négociation des contrats avec les experts-conseils sera effectuée par l'Instituto Interamericano de Cooperacion Agricola (IICA).

Les parties intéressées qui désirent obtenir d'autres renseignements peuvent communiquer avec M. Sven Blake,

Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

Pour obtenir des détails supplémentaires ou de l'aide pour déterminer les personnes-ressources et se procurer les documents d'appel d'offres, contacter le service commercial du consulat général du Canada à Sao Paulo (Brésil). Tél. : (011-55-11) 287-2122/287-2234/287-2601/287-2176. Télex : (code de destination : 38) 23230 (CCAN BR). Télécopieur : (011-55-11) 251-5057.

La Banque Asiatique de développement

(Suite de la première page.)

l'Ontario. Tél. : (416) 314-8251. Télécopieur : (416) 314-8222.

• Vancouver — 9-10 avril (M. Don Cameron, Centre de commerce international. Tél. : (604) 666-1436. Télécopieur : (604) 666-8330).

Pour obtenir plus d'information, communiquer avec Mme Eileen Durand, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-0959. Télécopieur : (613) 996-4309.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une entreprise établie dans ce pays désire entrer en contact avec des fabricants canadiens de groupes motopropulseurs pour camions lourds, de tambours d'embrayage, de transmissions, d'arbres de transmission, de prises de force, de différentiels, de systèmes de suspension, de systèmes de freinage et d'essieux. Afin d'étendre sa ligne de produits, la société tiendra compte de toutes les pièces de camions et de remorques qu'une entreprise peut offrir. Communiquer avec David Wright, Manager, Parts Division, TRT Transport Centre, P.O. Box 10-076, Te Rapa, Hamilton, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : 64-7-849-3628.

PAYS-BAS - Une entreprise établie à

La Haye désire étendre sa gamme de produits relatifs aux radios mobiles privées; elle recherche des informations auprès de fournisseurs canadiens ainsi qu'une radio portative dont les caractéristiques sont les suivantes: 146-178 MHz et 440-470 MHz; deux canaux : 20/25/12.5 kHz; 2-8 MHz; -25/+60 temp; IP 54; simplex ou semi-simplex; 0,1-1 watt réglable; signal à cinq tonalités ZVEI; séquence à cinq tonalités codeur-décodeur avec répartiteur intermédiaire; accusé de réception d'appels; appel d'urgence; signal permissif acoustique et optique; codage d'une ou de deux tonalités uniques; appel de groupe collectif - dispositif silencieux à commande par tonalités. Communiquer avec M. Voorsluis, Room St 914, PTT Telecom BV. Mobile Division, P.O. Box 30150, The Hague, Netherlands.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entre-

prise d'ingénierie établie recherche des partenaires ou du capital afin d'étendre ou de diversifier sa capacité de production. Les produits principaux de la société sont les moules (thermoplastique, fonte d'aluminium, métal non ferreux, moulage par pression), les foreuses, les fraiseuses, les enduiseuses et des instruments de mesure pour aléseuses. Communiquer avec Pavel Buzek, Marketing Manager, Lada a.s. Sobeslav, 377 81 Jindrichuv Hradec, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042) 331 23091. Télécopieur : (0042) 331 26623.

POLOGNE - Un manufacturier de cisailles à guillotine et de presses hydrauliques et mécaniques recherche un partenaire commercial ou des investisseurs. Communiquer avec P. Faruga, directeur général, PLAOMAT, 02-468 Varsovie, ul, Technikow 40. Télécopieur : 4822/238-083. Télex : 813693 fpa pl.

Appels d'offres du gouvernement américain

Cette liste d'appels d'offres fut publiée dans le Volume 10, numéro 1 du 15 janvier dernier. Depuis lors les numéros de téléphone et les responsables ont été changés, de même que les délais de présentation.

Instruments et matériel de laboratoire - composantes électriques et électroniques et matériel de mise à l'essai. Valeur prévue du contrat: 300 millions \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 25. **Date de la prochaine période de soumission:** mars 1992. **No du projet:** 66 II. **Renseignements:** GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Novelene Burns, Tél.: (703) 305-6201.

Machines industrielles spéciales - plaques d'impression lithographiques, solutions et originaux: matériel d'im-

pression, de reproduction et de reliure: machines de pulvérisation, de trituration et de broyage. Valeur prévue du contrat: 108 634 000 \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 30. **Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission:** juin 1992. **No du projet:** 36 II. **Renseignements:** GSA Office Equipment Commodity Center, Linda Dogan, tél.: (703) 305-5994; ou Marg Lyddane, tél.: (703) 305-6591.

Instruments et matériel de laboratoire - systèmes d'analyse chimique du sang: pipettes de dilution ou systèmes de pipettage. Valeur prévue du contrat: 260 millions \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 30. **Date de la prochaine période de soumission:** mars 1993. **No du projet:** 66 II A. **Renseignements:** GSA Office and

Scientific Equipment Commodity Center, Oscar Watson. Tél.: (703) 305-5954.

Meubles ménagers rembourrés - Valeur prévue du contrat: 200 000 \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 36. **Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission:** avril 1992. **Renseignements:** GSA Furniture Commodity Center, Jimmy Reid, tél.: (703) 305-6221.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour informations générales, s'adresser à Mme Judith Bradt, ambassade du Canada à Washington, D.C. Tél.: (202) 682-7746. Télécopieur: (202) 682-7619.

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une deuxième partie. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

AEROSPATIAL ET SPATIAL

Agent : K. Barnaby
Tél.: (613) 991-9481

Les États-Unis pourraient juger nécessaire de disposer de forces d'intervention instantanée plus importantes et d'une quantité accrue de matériel aérien pour le transport. Le département américain de la Défense qui, jusqu'à maintenant, a mis l'accent sur certaines catégories d'appareils et certains types de missions pourrait modifier ses objectifs dans les prochaines années pour adapter le marché de la défense aux nouvelles situations. Le marché américain de l'aviation civile demeure encourageant.

La majeure partie du budget de la NASA (13,4 milliards \$US pendant l'exercice 1991) est allée aux entrepreneurs principaux, le reste étant attribué aux petites entreprises et à d'autres organisations protégées. Les trois plus grandes installations du domaine spatial, le Marshall Space Flight Center (Alabama), le Johnson Space Flight Center (Texas) et le Goddard Space Flight Center (Maryland) se partagent plus de 60% du budget d'achats de la NASA. Les entrepreneurs principaux de la Californie, du Texas et de la Floride se partagent plus de 80% des marchés publics en ce domaine.



FABRICATION DE MATÉRIEL AUTOMOBILE

Agent : A. McBride
Tél.: (613) 993-5149

L'industrie des véhicules et des pièces automobiles est l'un des plus importants secteurs de l'économie américaine. Son chiffre d'affaires en 1989 était d'environ 215 milliards \$, soit 4,1% du PNB total du pays, qui s'établissait à 5,2 billions \$ la même année. La lutte pour se partager le marché et les nouvelles importations ont contribué au souci de la qualité, à l'introduction de nouveaux produits et au raccourcissement des cycles de mise au point. L'industrie américaine a investi 11,7 milliards \$ dans la création de nouvelles usines et de nouveaux équipements en 1990 de façon à améliorer sa position concurrentielle.

On s'attend à ce que les ventes d'automobiles continuent à baisser au début de 1991, poursuivant ainsi un déclin commencé en 1989. Les ventes devraient cependant re-

monter vers la fin de l'année pour atteindre un total de 9,3 millions de véhicules. Pour 1992, on prévoit des ventes de 9,7 millions de véhicules. Les ventes de camions au détail devraient atteindre 4,720 millions de véhicules en 1991 et passer à 4,770 millions en 1992.



LES PIÈCES DE RECHANGE

Agent : A. McBride
Tél.: (613) 993-5149

En 1992-1993, on prévoit que le sous-secteur des pièces de rechange connaîtra une croissance modérée après une longue période d'instabilité économique. Pour tenir compte de la place croissante occupée par les fournisseurs asiatiques sur le marché de l'automobile, le sous-secteur canadien des pièces de rechange a dû procéder à certains changements.

Les fabricants doivent modifier leurs produits pour en assurer la compatibilité avec les véhicules importés. Étant donné que les consommateurs américains fondent principalement leurs décisions d'achat sur la qualité, la fiabilité et le prix des produits, il existe d'importants débouchés pour les fabricants canadiens sur le marché américain.



L'INDUSTRIE DU VÊTEMENT

Agent : N. Peacock
Tél.: (613) 991-9476

Le marché américain du vêtement a connu une année difficile en raison d'une diminution de 4,5% des ventes intérieures. Bien que les dépenses des consommateurs aient augmenté de un pour cent, ce sont les producteurs et les importateurs d'Asie qui en ont bénéficié. La reprise si longtemps attendue ne s'est pas manifestée, et la plupart des fournisseurs se sont contentés de survivre tout simplement. Au niveau du commerce de détail, on continue à ne stocker que le minimum de marchandises, ce qui a provoqué une augmentation de 20% du nombre de fabricants et de détaillants qui ont recours au système d'intervention rapide. Par ailleurs, les acheteurs et les vendeurs utilisent de plus en plus le système d'échange électronique de données.

On prévoit qu'en 1992 les ventes au détail de vêtements vont connaître une croissance de 5 à 6%. Cela devrait

favoriser le groupe des gens âgés de 40 à 50 ans bénéficiant de revenus suffisants, donc correspondre à une demande accrue pour les articles à prix moyens ou haut de gamme.

Bien que New York demeure le grand centre des achats de vêtements, les exportateurs canadiens ne devraient pas négliger les autres secteurs géographiques car on assiste à une augmentation du volume des achats dans certaines régions, surtout dans le Midwest et le Sud-Ouest des États-Unis.



PRODUITS CHIMIQUES

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

L'industrie du traitement des hydrocarbures prévoit qu'en 1992 on réalisera à l'échelle mondiale 2 907 projets d'investissement, soit une augmentation de 341 par rapport à 1990. Les États-Unis compteront 446 projets (57 de plus) et le Canada 123 (25 de plus). Les dépenses en capital en matière d'équipement, de matériaux et de services sont directement proportionnelles aux activités annuelles dans le domaine de la construction. Sur le plan mondial, on estime que les budgets des investissements, d'entretien et d'exploitation totaliseront 126,6 milliards \$US en 1991, soit une augmentation de 9,1 milliards \$ par rapport à 1990. Sur ce total, la part des États-Unis sera de 33,4 milliards \$ (26%).

Les fournisseurs américains et étrangers se partagent l'approvisionnement de l'industrie américaine du traitement des hydrocarbures. Les produits les plus en demande sont les pompes, la robinetterie, les échangeurs thermiques, les compresseurs, la tuyauterie, les instruments et l'appareillage électrique. Il existe aussi d'importants débouchés du côté des pièces de rechange pour les puits, des matériaux de construction et d'un vaste éventail de services techniques.



LES INDUSTRIES DE LA CULTURE

Agent : D. Shaw
Tél.: (613) 991-9474

En raison de la faiblesse de l'économie américaine, les ventes des éditeurs de livres n'ont pas dépassé les 16 milliards \$ en 1990. On prévoit qu'en 1991 les ventes augmenteront de 8% pour s'élever à 17,3 milliards \$. En 1990, les importations de livres aux États-Unis ont atteint 880 millions \$ (en hausse de 10%) et les exportations 1,4 milliard \$.

Sur le plan démographique, les tendances économiques et technologiques devraient aider le marché américain de l'édition à réaliser une croissance moyenne de 3,5% en dollars constants jusqu'en 1995. Les inscriptions dans les écoles élémentaires et secondaires devraient s'élever de

trois millions, ce qui devrait se traduire par une amélioration des ventes de livres scolaires et de livres d'enfants. Dans le secteur du livre commercial, les ventes devraient profiter de la formation de plus de six millions de ménages et du passage de dix millions de personnes dans le groupe de gens âgés de 35 à 54 ans qui bénéficient d'un revenu élevé et qui lisent beaucoup. Il se peut que les ventes des ouvrages du niveau universitaire et des ouvrages techniques, scientifiques et professionnels n'augmentent pas aussi rapidement puisque l'on ne prévoit pas d'augmentation du nombre d'inscriptions dans les universités.

Le marché américain du cinéma et de la vidéo semble se stabiliser après des années d'expansion. La valeur combinée des recettes des salles de cinéma et des locations de vidéos devrait cependant atteindre au maximum 15 milliards \$ en 1991. Le marché se montre toujours aussi vorace.

Le marché américain des arts d'interprétation est virtuellement sans limites, mais dominé par des entreprises qui cherchent surtout à satisfaire les goûts du grand public. Le caractère envahissant de la culture populaire américaine tend à masquer le fait qu'il existe des marchés lucratifs pour les arts d'interprétation plus raffinés dans pratiquement chaque région des États-Unis.

On prévoit que le taux de croissance du secteur de l'enregistrement sonore se stabilisera autour de 5% par an au cours des prochaines années et que ce seront les ventes des disques compacts et des cassettes préenregistrés qui viendront en tête.



LES PRODUITS DU BOIS TRANSFORMÉS

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

En 1990, les expéditions américaines de produits du bois transformés atteignaient 9,5 milliards \$, soit une baisse de un pour cent par rapport à l'année précédente. Depuis 1986, année où le nombre de mises en chantier a commencé à diminuer, le marché de la réparation et de la rénovation est devenu un élément de plus en plus important de la demande américaine.

Les portes en bois, le groupe de produits ayant enregistré la plus forte demande, constituaient 30% de l'ensemble des expéditions dans ce secteur, suivis des fenêtres en bois, 26%, et des moulures en bois, 14%. Parmi les autres groupes de produits d'importance, citons les escaliers et autres éléments en bois, les volets et persiennes en bois et les menuiseries extérieures telles que les colonnes et traverses de vérandas. Le Canada fournit aux États-Unis 24% et 7%, respectivement, de leurs importations totales de portes et de fenêtres en bois. Le Canada a également commencé à exporter sur ce marché des portes de conception nouvelle (portes moulées) qui offrent une haute efficacité énergétique et requièrent peu d'entretien.

Foires, missions et séminaires sur l'environnement

Pour les entreprises canadiennes, une excellente façon de promouvoir leurs technologies, leurs produits et leurs services dans le domaine de l'environnement aux États-Unis, est de participer aux foires commerciales, aux missions, aux séminaires et aux ateliers.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) et en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, favorise la participation de sociétés canadiennes à ces manifestations dans le but de les aider à explorer les débouchés dans le domaine de l'environnement sur le marché américain.

Voici une liste d'activités choisies dont les entreprises canadiennes pourraient tirer parti. (La première partie de la liste a été publiée dans CanadExport, vol. 10, n° 4, 2 mars 1992).

FOIRES COMMERCIALES

• **World Recycling Conference and Exposition** — Chicago — 2 au 4 juin 1992 — Foire commerciale (à laquelle le Canada aura un kiosque d'information) qui compte 110 exposants. Elle comporte des systèmes et des produits servant à la collecte, à la manutention et au traitement des matériaux recyclables. On y présente aussi des poubelles, des camions, des lacérateurs, des presses à balles, du matériel de concassage et des produits recyclés. Les participants sont notamment des cadres locaux dans le domaine des travaux publics, des gérants de restaurants et d'institutions, des experts-conseils et des ingénieurs.

• **Solid Waste Association of North America** — 3 au 6 août 1992 — Tampa — Foire commerciale nationale où 250 fabricants et distributeurs exposent du matériel de manutention de déchets solides, des camions et des carrosseries, des compacteurs de décharges, des incinérateurs et des services de consultation.

• **Water Environment Federation/Water Pollution Control Federation**

— 20 au 24 septembre 1992 — New Orleans — Foire commerciale nationale qui compte 300 exposants. Elle comporte du matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles ainsi que du matériel de manutention, de traitement et d'élimination des déchets dangereux.

• **9th Annual New Jersey Environmental Expo** — Edison (New Jersey) — 19 au 21 octobre 1992 — Salon régional qui compte 250 exposants. Ce salon présente des services et du matériel environnementaux pour la gestion des déchets solides, la gestion des ressources hydrauliques, l'évaluation de l'environnement, le contrôle de la pollution atmosphérique et la remise en état des sites. L'exposition attire 3000 visiteurs de l'industrie, des municipalités, des États et des autorités fédérales

• **Hazardous Materials Management Conference (HazMat West)** — Long Beach (Californie) — 10 au 12 novembre 1992 — Foire commerciale qui compte 525 exposants. On y trouve du matériel de manutention, de traitement, d'entreposage et de transport de matières et de déchets dangereux.

• **Lower Great Lakes Waste and Recycling Expo** — Buffalo — 13 et 14 novembre 1992 — Salon régional qui compte 165 exposants. Il se tient en conjonction avec des réunions d'associations régionales sur l'environnement et met l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets publics et privés ainsi qu'au recyclage. Toutefois, des sociétés de presque chaque secteur exposent leurs produits et services. Des ingénieurs de municipalités et d'usines, des professionnels de l'environnement, des directeurs de travaux publics, des responsables de la gestion des déchets solides ainsi que des professionnels du gouvernement fédéral, des États et des municipalités y participent.

• **Hazardous Materials Control (HazMat'92)** — Washington, DC — Novembre 1992 — Foire commerciale nationale qui compte 480 exposants. Elle comporte des systèmes et des ser-

vices pour la collecte, le confinement et l'élimination des matières toxiques et dangereuses produites par les procédés municipaux et industriels.

• **Petro-Safe 93** — Houston (Texas) — Janvier 1993 — Conférence internationale qui compte 110 exposants. Elle porte sur le matériel de détection, de traitement et d'élimination des matières dangereuses, sur la prévention des incendies et le matériel de lutte contre les incendies, les systèmes de confinement et de nettoyage des déversements de pétrole ainsi que sur le matériel d'incinération. Des acheteurs venant d'organismes fédéraux des États-Unis, des experts-conseils dans le domaine de l'environnement, des ingénieurs de raffineries et du personnel d'intervention en cas d'urgence seront sur les lieux.

• **Hazardous Materials (HazMat Central)** — Chicago — Avril 1993 — Foire commerciale nationale qui compte 160 exposants. Elle porte sur la gestion des matières dangereuses et attire des fabricants, des fournisseurs, des ingénieurs ainsi que du personnel gouvernemental et environnemental.

MISSIONS

• **Mission à la Biotechnology and Waste Treatment Conference** — Grand Rapids (Michigan) — 15 et 16 septembre 1992 — De 10 à 15 entreprises canadiennes rencontreront des professionnels de l'environnement afin de discuter de la gestion des déchets industriels et du bioredressement.

• **Mission à la Conférence sur l'environnement de l'État de Pennsylvanie** — Harrisburgh — Octobre 1992 — L'événement attire environ 1500 acheteurs (agents d'émission de permis, autorités municipales chargées des eaux usées et des égouts, urbanistes, etc.) désirant s'informer sur le savoir-faire canadien dans les domaines de la pollution et de la gestion des déchets ainsi que des technologies de recyclage et de nettoyage.

• **Mission des Nouveaux exportateurs**

(Voir page 7: L'environnement.)

L'environnement

(Suite de la page 6.)

aux États frontaliers (NEEF) vers les Grands lacs inférieurs et exposition sur le recyclage — Buffalo — 10 et 11 novembre 1992 — On y mettra l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets et au recyclage public et privé; des sociétés de presque tous les secteurs seront invitées à rencontrer des ingénieurs municipaux et d'usines, des professionnels de l'environnement, des directeurs dans les secteurs des travaux publics et des déchets solides, ainsi que des cadres du gouvernement fédéral, des États et des autorités locales.

• **Mission des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) dans le domaine des eaux usées industrielles** — Pittsburgh — Automne 1992 — Les entreprises spécialisées dans le matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles et dans les services technologiques connexes rencontreront des ingénieurs de l'industrie environnementale, des autorités municipales dans le domaine des eaux et d'autres professionnels de l'ouest de la Pennsylvanie et du nord de l'Ohio.

• **Mission reliée aux produits et services environnementaux** — Boston — Automne 1992 — Les sociétés dans ce domaine rencontreront des représentants de fabricants, des distributeurs, des experts-conseils et des organismes de réglementation locaux.

Les personnes qui désirent participer à l'une ou à plusieurs de ces activités et qui veulent obtenir d'autres informations devraient contacter M. Donald Marsan, Direction de la promotion du tourisme et du commerce avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

Les personnes qui désirent proposer d'autres manifestations susceptibles de profiter à l'industrie environnementale au Canada peuvent aussi s'adresser à M. Marsan.

L'industrie forestière néo-zélandaise offre d'intéressants débouchés

La Nouvelle-Zélande possède la plus grande surface de forêt plantée au monde (1,2 million d'hectares). Selon le rapport *New Zealand - Forestry Sector Report*, de récentes mesures fiscales ont favorisé un reboisement massif. Le pays s'est ainsi assuré un approvisionnement en bois tout en protégeant la forêt naturelle.

Il en découle que les compagnies forestières effectuent des coupes plus importantes et plus soutenues. Les entrepreneurs responsables des coupes ont besoin d'améliorer leur machinerie et d'en acheter de la nouvelle. Les manufacturiers canadiens de machinerie forestière sauront trouver d'intéressants débouchés auprès d'eux.

Au cours des trois dernières années, l'industrie forestière a investi quelque

1,5 milliard \$ pour la modernisation ou la construction d'usines. Les investissements étrangers sont nombreux. Au cours des prochaines 15 années, l'industrie prévoit construire une ou deux usines de pâte, deux ou trois usines de papier, deux usines de panneaux particules et au moins 15 scieries.

Les manufacturiers canadiens d'équipement de scieries trouveront là aussi de bons débouchés.

Pour obtenir plus d'information et une copie de l'étude sur le marché forestier en Nouvelle-Zélande, communiquer avec Richard Pennick, division commerciale, consulat du Canada, C.P. 6186, rue Wellesley, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (09) 390-3690; télécopieur : (09) 307-7111; télex: NZ21645

L'Australie réduit ses droits sur les textiles, les vêtements et les chaussures

Les exportateurs canadiens de textiles, de vêtements et de chaussures trouveront dorénavant plus facile d'exporter ces produits en Australie suite à une réduction progressivement des droits à l'importation.

En 1986, les droits à l'importation sur certains des produits de ce secteur étaient d'environ 80%. Voici les droits prévus pour ces produits au cours des prochaines années :

Année (1 ^{er} juillet)	Vêtements	Chaussures	Tissu tissé	Autre tissu
1990	55	5	40	35
1992	51	41	37	32
1994	43	33	31	27
1996	37	27	25	23
1998	31	21	19	19
2000	25	15	15	15

Les contingentements visant ce secteur seront aussi éliminés d'ici 1996.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'accès au marché australien, communiquer avec M. Ray Buciak de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, à AECEC. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

En 1991, le SAA International a compté plus 350 exposants et attiré plus de 14 500 visiteurs professionnels.

Pour plus d'information, communiquer (à Montréal) avec Mme Ginette Grisé, tél. : (514) 289-9669; ou (à Toronto) avec Mme Marlene Patterson, tél. : (416) 270-1624.

Foires, salons, expositions et missions

Voici, en ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1992-1993.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle ou plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques ou la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte.

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions sont constituées soit d'exportateurs canadiens (MVE), ou d'acheteurs potentiels de l'étranger (MEA). Pour obtenir plus d'information sur ces événements ou sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél.: (613) 996-5554. Télécopieur: (613) 995-6319.

PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

- **Programme de promotion** des produits alimentaires canadiens - R.-U. - Mai 1992. Agriculture, pêcheries et produits alimentaires.
- **Foire agricole d'Ungskuet** - Herning (Danemark) - 24 au 27 juin 1992. Bétail de reproduction, sperme et embryons. (KI)
- **Royal Agricultural Show** - Stoneleigh (R.-U.) - 6 au 9 juillet 1992. Bétail, cultures fourragères. (KIE)
- **SIAL** (Salon international de l'alimentation) - Paris (France) - 25 au 29 oct. 1992. Produits alimentaires et de la pêche. (KIE)
- **SPIRAL** - Milan (Italie) - Oct. 1992. Spécialités alimentaires et boissons. (KIE)
- **AGROTICA** - Salonique (Grèce) - Février 1993. Salon annuel de produits agricoles, incluant les semences, les pommes de terre, les fèves soya, le sperme de bétail et des services d'amélioration des troupeaux, ainsi que des produits forestiers. (KI)
- **SIA** - Salon agricole international. Paris (France) - 1er au 8 mars 1993. Bétail de reproduction. (KIE)
- **Mission d'acheteurs** de produits alimentaires venant de l'étranger - Quatre à six emplacements partout au Canada - Printemps 1993. Produits alimentaires transformés. (MEA)

PRODUITS CHIMIQUES ET PÉTROCHIMIQUES

- **K-92** - Dusseldorf (Allemagne) - 29 oct. au 5 nov. 1992. Plastique, caoutchouc et machines. (SN)

PRODUITS DE CONSTRUCTION ET SERVICES

- **Mission** de l'étranger dans le domaine de la construction de logements. Ontario et Québec - Oct. 1992. Produits de l'habitation et économie d'énergie. (MEA)
- **BAU 93** - Munich (Allemagne) - 19 au 24 janv. 1993. Produits de construction. Partenariat (kiosques d'information) avec le COFI et le BPIP. (KI)
- **Construction - Turquie 93** - Istanbul (Turquie) - Janv. 1993. Construction et matériaux de construction. (KI)
- **BATIBOUW** - Bruxelles (Belgique) - Fév. 1993. Produits en bois et matériaux de construction à valeur ajoutée. (KIE)

PRODUITS DE CONSOMMATION

- **Mission** de groupe d'acheteurs au détail - Londres et West Midlands (R.-U.) - Avril 1992. Vêtements, articles de sports, produits et outils de bricolage.
- **Mission** à l'étranger dans le domaine des marchés pour produits grand public - Pays scandinaves - Avril 1992. Produits grand public. (MVE)
- **TEXITEC** - Lyon (France) - 23 au 25 juin 1992. Produits textiles (KI)
- **ISPO** (automne) - Munich (Allemagne) - 1er au 4 sept. 1992. Articles et vêtements de sport. (KIE)
- **Salon du livre de Francfort** - Francfort (Allemagne) - 30 sept. au 5 oct. 1992. Livres. (KIE)
- **ORGATEC** - Cologne (Allemagne) - 22 au 27 oct. 1992. Foire de matériel et de systèmes de bureau (KIE)
- **London Int'l Boatshow** - Londres (R.-U.) - 7 au 17 janv. 1993. Loisirs nautiques. (KIE)
- **Harrogate International Toy Fair** - Harrogate (R.-U.) - 11 au 16 janv. 1993. Jouets, jeux, produits de Noël (KIE)
- **DOMOTECHNICA** - Cologne (Allemagne) - 16 au 19 fév. 1993. Appareils et matériel ménagers (KIE)
- **ACAS** - Mission de l'étranger à Montréal - Fév. 1993. Articles de sport. (MEA)
- **Acheteurs d'articles de sport** l'étranger en visite à l'Association canadienne d'articles de sport (ACAS) - Montréal (Québec), Canada - Fév. 1993. Articles de sport. (MEA)
- **ISPO (printemps) 93** - Munich (Allemagne) - 4 au 7 mars 1993. Articles de sport, y compris les vêtements d'hiver. (SN)
- **Int'l Hardware Fair 93** - Cologne (Allemagne) - 7 au 10 mars 1993. Outils, serrures et raccords, matériaux de construction et de

Europe de l'Ouest en 1992 et 1993

bricolage. (SN)

• **IGEDO** - Dusseldorf (Allemagne) - mars 1993. Mode et vêtements. (KIE)

PROGRAMMES DE DÉFENSE, PRODUITS ET SERVICES CONNEXES

• **Mission de l'étranger dans le domaine du matériel de défense** - Montréal, Ottawa, Toronto, Vancouver - Avril 1992. L'accent est mis sur la coopération dans le domaine de la technologie de simulation et des retombées industrielles reliées aux achats du MDN. (MEA)

• **Mission de manufacturiers de produits de défense de pointe dans le centre et le nord de l'Italie** - Avril 1992. Produits de défense. (MVE)

• **Exposition internationale de produits de défense et de matériel de protection chimique.** Stockholm (Suède) - 8 au 12 juin 1992

Produits de défense, matériel de protection. (KI)

• **ILA 92** - Berlin (Allemagne) - 15 au 21 juin 1992. Composantes électroniques; matériel de mesure et d'essai. (KIE)

• **Farnborough Air Show** - Farnborough (R.-U.) - 6-13 sept. 1992. Aérospatiale et défense. (KI)

• **Expoprotection/Exposécurité** - Paris (France) - 8 au 11 sept. 1992. Produits de protection et de sécurité. (KI)

• **Defendory 92** - Pirée (Grèce) - 6 au 10 oct. 1992. Matériel militaire, défense sous-marine, systèmes de soutien marin et aérien. (KIE)

• **Mission à l'étranger dans les domaines de la recherche, du développement et de la production de matériel de défense** - Oslo (Norvège) - Oct. 1992. Défense. (MVE)

• **Mission dans le domaine de l'industrie océanologique** - France - Oct. 1992. Océanologie. (MVE)

• **Electronica 93** - Munich (Allemagne) - 10 au 14 novembre, 1992. Composantes électroniques. (SN)

• **Sécurité 92** - Essen (Allemagne) - 17 au 20 nov. 1992. Produits et technologie de sécurité. (KIE)

• **SEGUREX** - Lisbonne (Portugal) - Janv. 93. Sécurité au foyer, alarmes d'incendie, nettoyage de déversement de pétrole, sécurité au travail. (KI)

ÉDUCATION, PRODUITS MÉDICAUX, DE LA SANTÉ ET SERVICES

• **Salon du livre pour enfants de Bologne** - Milan (Italie) - 8 au 11 avril 1992. Salon du livre pour enfants. (SN)

• **INTERMEDICA** - Technologie médicale - Paris (France) - Avril 1992. Produits de soins médicaux. (KI)

• **Health Care 92** - Birmingham (R.-U.) - 16 au 18 juin 1992. Matériel et instruments d'hôpitaux et médicaux. (KIE)

• **Missions de spécialistes de la bioreconnaissance à la Conférence internationale de biotechnologie.** - Montréal, 1er au 4 juin 1992. Biotechnologie. (MEA)

• **IFAS** (foire internationale de matériel médical et d'hôpitaux) - Zurich (Suisse) - oct. et nov. 1992. Matériel d'hôpitaux, médical et de laboratoire. (KI)

• **MEDICA PLUS BIOTECH** - Dusseldorf (Allemagne) - 18 au 21 nov. 1992

Matériel médical, entreprises conjointes stratégiques et partenariats. (KI)

• **Mission à l'étranger dans le domaine de la biotechnologie** - Vienne, St. Poelten, Linz (Autriche) - Février et mars 1993. Biotechnologie. (MVE)

• **Mission de l'étranger dans le domaine biomédical** - Ontario et Québec - Mars 1993. Produits pharmaceutiques et biomédicaux. (MEA)

PRODUITS DE LA PÊCHE, ÉQUIPEMENT ET SERVICES

• **Mission d'acheteurs de poissons venant de l'étranger** - Côtes est et ouest - Mai 1992. Poisson, produits de la pêche. (MEA)

• **Foire canadienne de l'alimentation** - R.-U. - Mai 1992. Agriculture, produits alimentaires (promotion de magasin)

• **Mission à Vienne** - Ventes d'exportation - Vienne (Autriche) - Mai 1992. Produits spéciaux de la pêche. (MVE)

• **Mission à l'étranger dans les domaines du poisson et des produits alimentaires** - Pays scandinaves - Sept. 1992. Poisson, crustacés et autres produits alimentaires. (MVE)

• **Mission à l'étranger d'exportateurs de poisson** - Madrid, Barcelone, Irun (Espagne) - Oct. 1992. Sociétés d'exportation de poisson. (MVE)

• **Mission d'acheteurs de poisson venant de l'étranger** - Provinces de l'Atlantique - Printemps 1993. Produits de la pêche. (MEA)

PRODUITS FORESTIERS

• **Ambiente/Energen** (gestion des déchets et traitement de l'eau) - Lisbonne (Portugal) - 1er au 4 oct. 1992. Technologie et matériel de lutte contre les feux de forêt et le CL-215 de Canadair. (KI)

• **Mission de l'étranger dans le domaine du papier journal** - Ouest du Canada - Mai 1992. Matériel et produits relatifs au papier journal. (MEA)

• **Mission à l'étranger dans le domaine du bois franc débité** - Trieste (Italie) et Vienne (Autriche) - Juin 1992. Produits forestiers. (MVE)

(Voir page 10.)

Europe de l'Ouest : 1992 et 1993

- **Mission à l'étranger d'importateurs de bois tendre irlandais - Est du Canada - Sept. 1992 -** Accroître l'autarcie en augmentant les réserves intérieures. En 1990, les exportations canadiennes de bois débité ont atteint 15,8 millions \$. (MEA)
- **Mission de l'étranger dans le domaine des produits forestiers - Est du Canada - Oct. 1992.** Familiariser des représentants et des importateurs allemands avec les sources et les applications du bouleau jaune utilisé dans les produits de transformation qualitative du bois dur. (MEA)
- **Mission de l'étranger dans le domaine des produits en bois ouvré - Partout au Canada - Automne 1992.** Produits de construction. (MEA)
- **Eurobois 93 - Lyon (France) - Mars 1993.** Équipement de construction et produits du bois. (KI)
- **Mission d'acheteurs de produits de bois - Partout au Canada - Printemps 1993.** Produits de construction. (MEA)

ACTIVITÉS GÉNÉRALES

- **Foire internationale de Salonique - Salonique (Grèce) - Sept. 1992 -** Manifestation de grande envergure dans le monde commercial grec; elle offre la possibilité de démontrer une vaste gamme de capacités canadiennes, aux entreprises et aux cadres gouvernementaux chargés des achats. (KI)
- **Mission à l'étranger - Allemagne de l'Est - Nov. 1992.** Mission dans plusieurs secteurs, en particulier celui des achats relatifs à l'infrastructure dans l'ancienne Allemagne de l'Est (Berlin, Dresde, Halle, Leipzig). (MVE)
- **Mission dans plusieurs secteurs - Reykjavik (Islande) - Janvier 1993 -** Agriculture, poisson et alimentation, communications et production d'électricité. (MVE)

MACHINERIES INDUSTRIELLES, ÉQUIPEMENT ET SERVICES

- **EUROTECH (matériel technique d'entreprises) - Bruxelles (Belgique) - 5 au 9 mai 1992.** Machines pour l'industrie du plastique. (KI)
- **MACH 92 - Birmingham (R.-U.) - 6 au 15 mai 1992.** Machines-outils et technologie de fabrication. (KIE)
- **Mission d'acheteurs de l'étranger à PLAST-EX 92 - Toronto - 11 au 14 mai 1992.** Machines de l'industrie du plastique. (MEA)
- **SASMIL - Milan (Italie) - 21 au 26 mai 1992.** Produits de bonne qualité en bois tendre, en bois dur et panneaux dérivés du bois, avec ou sans valeur ajoutée, et composantes. (KI)
- **Mission de l'étranger dans le domaine du matériel environnemental - Ottawa, Toronto - Mai 1992.** Pollution de l'atmosphère et de l'eau. (MEA)
- **ENVITEC 92 - Dusseldorf (Allemagne) - 1er au 5 juin**

1992 - Matériel et services environnementaux, machines industrielles, usines, services. (KIE)

- **AQUATEC-ENVIRO 92 - Mission à l'étranger - Amsterdam (Pays-Bas) - Sept. 1992.** Matériel environnemental, matériel pour le traitement des eaux usées. (MVE)
- **M.U.T. (foire européenne de technologie environnementale) - Bâle (Suisse) - 3-9 oct. 1992.** Traitement et gestion des déchets. (KI)
- **POLLUTEC 92 - Lyon (France) - 3 au 6 nov. 1992.** Déchets industriels. (KIE)
- **EMBALLAGE 92 - Lyon (France) - 12 au 18 nov. 1992.** Machines de transformation et d'emballage. (KI)
- **Mission à l'étranger dans le domaine du matériel environnemental - Pays scandinaves - Février 1993.** Matériel de procédé environnemental relatif à l'air, à l'eau et à l'industrie (MVE)

PRODUITS DU PÉTROLE ET DU GAZ NATUREL

- **Exploitation du pétrole et du gaz dans les mers du Nord - Stavanger (Norvège) - 25 au 28 août 1992.** Pétrole et gaz. (KIE)
- **Mission à l'étranger du Groupe de travail en haute mer Canada/Norvège - Oslo (Norvège) - 29 août au 2 sept. 1992.** Pétrole et gaz. (MVE)

SERVICES

- **Mission à l'étranger des maisons de commerce - Istanbul - Oct. 1992 -** Maisons de commerce. (MEA)
- **Salon du tourisme à TUR 93 - Février 1993.** Salon du tourisme. (KI)

RÉSEAUX DE TRANSPORT ET ÉQUIPEMENT

- **Mission des principales entreprises d'aérospatiale étrangères - Montréal, Ottawa, Toronto, Vancouver - Mai 1992.** Systèmes et services d'instrumentation aérospatiale et spatiale
- **Mission à l'étranger dans le domaine du transport aérien - Italie - Mai 1992.** Matériel de transport aérien. (MVE)
- **AUTOMECHANIKA 92 - Francfort (Allemagne) - 8 au 13 sept. 1992.** Matériel, pièces de rechange et accessoires pour ateliers et stations de services d'automobiles. (KIE)
- **SMM 92 - Hambourg (Allemagne) - 29 sept. au 3 oct. 1992.** Technologie, produits et services dans les domaines du transport international et de la marine. (KIE)
- **AFTERMARKET 92 - Wembley (R.-U.) - 16 au 18 février 1993 -** Pièces de rechange et accessoires d'automobiles. (KIE)

Conférence sur le commerce de compensation

LOS ANGELES - La réapparition récente du commerce de compensation en Europe de l'Est et les pressions exercées continuellement par le manque de devises fortes sur les pays en voie de développement constituent le sujet de la conférence **Expanding Global Trade: Countertrade, Offset and Barter** qui se tiendra à Los Angeles du 21 au 23 avril 1992.

Les participants pourront se familiariser avec le financement du commerce de compensation, les accords institutionnels, les pratiques dans les pays en voie de développement et les expériences des principales multinationales mondiales.

La conférence, qui offrira une excellente occasion d'établir des réseaux avec des sociétés et des cadres du monde entier et de créer des débouchés commerciaux, comptera aussi des conférenciers du Brésil, de Russie, des Philippines, des États-Unis, de Yougoslavie et de Suisse.

Le discours inaugural de M. Paul Labbé, président de la Société pour l'expansion des exportations, discutera des stratégies en évolution relativement aux pays d'Europe de l'Est et aux pays en voie de développement.

La conférence est parrainée par l'International Association of Trading Organizations of Developing Countries de Ljubljana, Slovénie (Yougoslavie), le Journal of Commerce et le Centre for the New West.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Mike Reshitnyk, Direction des services financiers et des services aux entreprises, AECEC. Tél. : (613) 996-1862. Télécopieur : (613) 996-1225; ou avec M. Edie Dulacki, coordonnateur de la conférence. Tél. : (303) 592-5310. Télécopieur : (303) 592-5315.

Salon japonais de la confiserie

TOKYO - La participation au 2nd International Confectionary Exhibition (ICT 92) (2^e salon international de la confiserie) offre aux entreprises canadiennes la possibilité d'explorer les débouchés sur le marché de la confiserie, de la boulangerie et des casse-croûte au Japon, dont la valeur au détail atteint environ 25 milliards \$US par an.

ICT 92, qui se tiendra du 2 au 5 septembre au Sunshine Convention and Exhibition Centre, est une exposition à laquelle doivent participer à tout prix les sociétés qui s'intéressent à ce marché ainsi qu'à celui des matières premières, des aromatisants, des ingrédients et du matériel d'emballage et de transformation.

La participation à ICT 92 peut aussi ouvrir les portes d'autres marchés car l'événement attire des gens d'affaires non seulement du Japon, mais de l'ensemble de la région d'Asie et du Pacifique et d'autres marchés mondiaux.

Ces visiteurs, dont le nombre a dépassé les 12 000 au salon de l'année dernière, sont notamment des importateurs et des agents, des acheteurs de

services alimentaires, des grossistes et des distributeurs, des détaillants, des hôteliers, des restaurateurs, des acheteurs de supermarchés, des producteurs de confiserie, de casse-croûte, des boulangers, des organismes gouvernementaux, des associations commerciales et des traiteurs qui desservent les entreprises et les compagnies aériennes.

En outre, ICT 92 comporte une série de séminaires offerts par des experts de l'industrie, qui fournissent des renseignements juridiques, techniques et en matière de marketing, susceptibles d'aider grandement les exportateurs à percer sur ce marché lucratif.

Les entreprises qui désirent exposer leurs produits ou qui veulent évaluer le marché par elles-mêmes dans le but de contacter des importateurs, des agents ou des distributeurs devraient communiquer avec le représentant canadien des organisateurs d'ICT'92, M. Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025. Télex : 06-968027.

Mission canadienne à Huntsville sur l'aérospatiale et la défense

HUNTSVILLE - On recherche des entreprises canadiennes intéressées à participer à TABES 92, exposition et symposium techniques et commerciaux, auxquels le consulat général du Canada à Atlanta parrainera une mission et un pavillon.

L'événement aura lieu les 12 et 13 mai 1992 et vise la collectivité de haute technologie de Huntsville (NASA, Army Missile Command, the U.S. Army Strategic Command) et les 200 entrepreneurs locaux.

La mission et le pavillon canadiens mettront l'accent sur les produits et les technologies dans les domaines de l'aérospatiale et de la défense, et mettront en vedette un nouvel élément

comportant des technologies ayant une application environnementale.

Le consulat général prévoit un vaste marché pour les sociétés canadiennes capables de fournir du matériel et des services servant à résoudre les problèmes de l'environnement dont la valeur est estimée à plus de 80 milliards \$ dans la seule région du sud-est des États-Unis. Pour 1993, les estimations atteignent 260 milliards \$.

Pour plus d'information sur TABES 92, joindre John F. Alexander, conseiller au développement technologique, consulat général du Canada, 400 South Tower, One CNN Center, Atlanta, Georgia 30303, É.-U. Tél. : (404) 577-6810. Télécopieur : (404) 524-5046.

AU CALENDRIER

MONTREAL - 6 avril - Séminaire sur l'Europe 1992 et les industries de l'environnement. Hôtel Quatre Saisons, Montréal. Communiquer avec Mme. G. Desroches, Association des Manufacturiers du Québec. Tél.: (514) 866-7774.

TORONTO - 8 avril - Le groupe d'étude canadien sur le Système d'information de gestion (SIG) fournira aux participants à ce séminaire des renseignements sur diverses questions qui permettront aux entreprises de survivre dans l'environnement actuel et d'être compétitives. Les conférenciers comprendront des cadres supérieurs du secteur privé, du secteur public et d'entreprises d'experts-conseils dans le domaine des systèmes d'information. Les droits d'inscription, avant le 20 mars, sont de 190 \$ pour les membres de l'Association canadienne de l'informa-

tion (ACI) et de 225 \$ pour les non membres; après le 20 mars, les droits seront de 215 \$ pour les membres de l'ACI et de 250 \$ pour les non membres. Communiquer avec la section de l'ACI à Toronto. Tél./télécopieur: (416) 882-0018.

MONTREAL - Le cours Savoir exporter ses compétences est offert par le ministère des Affaires internationales en collaboration avec le Centre International des Grands Projets (GP), à partir du 26 mars. Ce cours d'une durée de 30 heures, offert en français seulement, se concentre sur deux fins de semaine et se propose de familiariser les exportateurs avec les particularités de l'exportation des services ou de la vente internationale d'ensemble biens-services. Pour de plus amples informations: Sylvie Brisebois au Centre International GP, Montréal. Tél.: (514) 848-

6100. Télécopieur: (514) 848-9992.

NORTH YORK - À compter de mai 1992, un cours de commerce de six semaines sur les nouveaux marchés d'Europe, de la région du Pacifique et d'Amérique du Nord sera offert conjointement par le Seneca College, l'Amsterdam School of Business et Temasek Polytechnic à Singapour. Les participants voyageront aux trois lieux où ils pourront établir des contacts avec des représentants et des organismes de secteurs commerciaux de leur choix. Pour obtenir de plus amples renseignements ou une brochure complète et un formulaire de demande, s'adresser à Tami Tamitegama, président, International Business Education, Seneca College, 1750, avenue Finch est, North York (Ontario) M2J 2X5. Tél.: (416) 491-5050. Télécopieur: (416) 491-3081.

Publications

Un nouveau manuel des tarifs douaniers

La firme de consultants MSR de Toronto vient de publier un répertoire des tarifs douaniers à l'importation intitulé «The Canadian Custom Tariff Schedule».

Le manuel fourni, entre autres, d'intéressantes informations pour analyser différentes alternatives de sources d'approvisionnement et les reclassifications.

Il peut faire économiser de l'argent en taxes et droits tout en permettant de mieux prévoir les coûts avant de pren-

dre des engagements fermes.

Le manuel sera mis à jour régulièrement et est disponible en logiciel intitulé: MSR Harmonized Tariff Classification System. (En anglais seulement). Pour plus d'information, communiquez avec Renée Auer, directrice des publications, MSR Inc., 171 Eastern Ave. Toronto M5A 1H8. Tél.: (416) 363-8000. Télécopieur: (416) 363-0280.

Matières à recycler

Les entreprises qui s'intéressent au recyclage des matières de postcon-

sommation et postindustrielles peuvent se procurer (l'abonnement est gratuit) un catalogue bimensuel qui contient des listes de matières offertes ou recherchées aux fins de recyclage dans l'État de la Californie. En raison du nouveau marché important des produits recyclés (et du matériel de recyclage) dans l'État, les spécialistes canadiens pourraient trouver des débouchés commerciaux dans ce secteur. S'adresser à CALMAX, 8800 Cal Centre Drive, Sacramento, California 95826-3268, U.S.A. Tél.: (916) 255-2200. Télécopieur: (916) 255-2221.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **Info-Export** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par **télécopieur** une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CAI
EA
C16F
Vol. 10
#6
1992
cop. 1
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

CANAD EXPORT

Dept. of External Affairs

Min. of External Affairs

1992

Vol. 10 N°6

1^{er} avril 1992

Le Prix d'excellence à l'exportation célèbre son 10^e anniversaire

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne célèbre en 1992 son dixième anniversaire et encore une fois cette année, les exportateurs émérites ne devraient pas rater l'occasion de s'inscrire.

Ce prix prestigieux, décerné par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est considéré comme un symbole de succès dans le domaine des exportations, où la concurrence est vive. Les formulaires d'inscription devront parvenir au Ministère au plus tard le 15 mai.

En annonçant la tenue du concours, le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la technologie et ministre du Commerce extérieur, Michael Wilson a rappelé que «le Canada est l'une des grandes nations commerçantes du

monde et qu'il a démontré sa capacité de produire des biens et des services de grande qualité. L'énorme succès remporté par les entreprises qui ont déjà reçu le Prix d'excellence à l'exportation canadienne montre que les Canadiens peuvent soutenir avec succès la con-

currence étrangère», a dit M. Wilson.

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne est remis chaque année par le ministre du Commerce extérieur à un certain nombre d'entreprises canadiennes qui vendent avec succès leurs produits sur les marchés étrangers. Les lauréats sont choisis par un groupe de gens d'affaires éminents et d'exportateurs réputés de diverses régions du pays.

Pour être éligibles, les sociétés doivent avoir leur place d'affaires au Canada et exporter depuis au moins trois ans. Elles doivent également répondre à au moins un des critères suivants : lancement réussi de nouveaux produits ou services sur les marchés mondiaux; hausse sensible des ventes à l'exportation; maintien de la présence sur des marchés où la concurrence est vive; niveau de contenu canadien; part des exportations dans les ventes totales.

Depuis la mise sur pied du programme, il y a dix ans, quelque 1500 inscriptions ont été reçues et 124 sociétés ont reçu le Prix. Les lauréats peuvent se servir pendant trois ans du logo du Prix dans leurs efforts de promotion et font l'objet d'une campagne de publicité nationale visant à faire connaître leurs réalisations et à encourager d'autres entreprises à suivre leur exemple. Les gagnants reçoivent également des mains du ministre une plaque et une citation soulignant leur performance en matière d'exportation.

Les lauréats des années précédentes ont indiqué que le Prix les a fait mieux connaître au pays, leur a permis d'attirer de nouveaux clients à l'étranger et a suscité un sentiment de fierté chez leurs employés.

(Voir page 2 : Les exportateurs.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Le potentiel des secteurs aux États-Unis	4-5
Foires et conférences	6-7-8
Pleins feux sur l'Amérique latine	10-11
Publications	12

Pour cibler les marchés touristiques

Le tourisme est un apport économique important pour le Canada. Il s'agit en effet d'une industrie de 25 milliards \$, notre quatrième plus important produit d'exportation qui procure de l'emploi direct à quelque 622 000 personnes.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) par l'entremise de ses ambassades et consulats à travers le monde fait la promotion du tourisme. Le Ministère a à son service 62 agents et 32 personnes de soutien qui se consacrent à mousser le tourisme au Canada.

Comment ils procèdent et comment les rejoindre, est expliqué dans deux brochures disponibles auprès d'Info Export (Voir la cartouche au bas de la page 12).

Le répertoire des agents de tourisme (#18XF) explique aussi le programme de développement des exportations d'AECEC dont peuvent bénéficier les entreprises touristiques canadiennes. On y trouve les noms et les adresses des agents de tourisme dans 15 postes, aux États-Unis, en Allemagne, à Hong Kong, en Grande-Bretagne, au Mexique, en France, en Australie, aux Pays-Bas, au Japon, en Corée et à Taiwan.

Profil du marché touristique aux États-Unis et outre-mer - Foires commerciales de l'industrie touristique et salons ouverts au public (#34XF) est un guide concis de 141 pages qui aidera les entreprises touristiques canadiennes à mieux cibler les marchés étrangers.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

DEMANDE DE FORMULAIRE D'INSCRIPTION Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Nom : Titre :

Entreprise :

Adresse :

Ville : Prov. : Code :

Retournez à: *Prix d'excellence à l'exportation canadienne*,
Direction des opérations
de l'expansion du Commerce (TPO)
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada,
125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2
Télécopieur : (613) 996-8688

Les exportateurs ont jusqu'au 15 mai pour inscrire leur entreprise

(Suite de la première page.)

«Les sociétés lauréates sont des chefs de file dans le domaine du commerce extérieur qui apportent une contribution essentielle au développement économique du Canada. L'accroissement de la prospérité de notre pays dépend du dynamisme et de la capacité d'innovation de tous les Canadiens», a ajouté M. Wilson.

Selon L. David Caplan, président-directeur général de Pratt & Whitney Canada, société qui a reçu un Prix en 1991, «il est toujours stimulant de voir ses réalisations reconnues. Nous nous assurons que tous nos employés savent

que notre société a reçu le Prix d'excellence à l'exportation du gouvernement canadien. C'est vraiment à eux que nous le devons. À mon avis, il faut des initiatives comme celle-là pour créer et maintenir la compétitivité dont le Canada a besoin pour exporter.»

Pour obtenir un formulaire d'inscription ou plus d'information, téléphoner sans frais au service **Info Export** d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada au 1-800-267-8376 (Ottawa : 993-6435) ou remplissez le coupon ci-dessus et retournez-le à l'adresse ou au numéro indiqués.

Importateurs panaméens

Les chefs d'entreprises intéressés peuvent entrer en contact directement avec les personnes mentionnées.

• Miguel A. Collado, Gerente General, El Electrico, S.A., désire importer du matériel et des dispositifs pour la distribution électrique, des outils pour électriciens, plombiers, poseurs de tapis et jardiniers, des accessoires de salle de bains et de cuisine, du papier peint, des tapis et des pompes à eau. Apartado 6-3016, El Dorado, Panama. Tél. : (011-507) 292815. Télécopieur : (011-507) 292179.

• Eduardo Burillo, Gerente General, Do It Center Corp. recherche tous les genres de matériaux de construction canadiens. Apartado 6-5320, El Dorado, Panama. Tél. : (011-507) 218050. Télécopieur : (011-507) 212109.

• Guillermo Selles, Gerente General, Geo F. Novey Inc. recherche tous les genres de matériaux et de matériel de construction. Apartado 3420, Panama 4. Tél. : (011-507) 272744. Télécopieur : (011-507) 273917.

• Marilyn de Simons, Vice Presidente, Grupo Melo S.A. recherche du bois de construction, des vis et des boulons, de la quincaillerie de construction, des pompes à eau, des échafaudages, des tuiles et des serrures. Apartado 333, Panama 1. Tél. : (011-507) 351270. Télécopieur : (011-507) 219104.

• Jose Abbo, Gerente, El Coloso, désire importer des additifs pour béton, des accessoires de salle de bains et de cuisine, des matériaux de construction décoratifs, des bains tourbillons, des cuves thermales, du carton ainsi que du matériel de levage, de manutention et de transport destinés à l'industrie de la construction. Apartado 6-6626, El Dorado, Panama. Tél. : (011-507) 216482. Télécopieur : (011-507) 218683.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Ateliers sur l'environnement aux É.-U.

Pour les entreprises canadiennes, une excellente façon de faire la promotion de leurs technologies, produits et services environnementaux aux États-Unis, c'est de participer à des foires commerciales, à des missions, à des séminaires et à des ateliers.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) et en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, favorise la participation des sociétés canadiennes dans le but de les aider à explorer les débouchés dans le domaine de l'environnement aux États-Unis.

Voici une liste d'activités choisies dont les entreprises canadiennes

peuvent tirer profit. (Des parties de la liste ont été publiées dans *CanadExport*, vol. 10, no 4, 2 mars 1992, et vol. 10, no 5, 16 mars 1992)

• **Ateliers sur l'appariement et le partenariat stratégiques dans le domaine de l'environnement** - Seattle, Washington, Pittsburgh, Los Angeles, Atlanta - Automne 1992 - Plusieurs sociétés canadiennes seront appariées avec des entreprises semblables aux États-Unis afin d'examiner les possibilités d'accords de partage de la technologie, d'alliances stratégiques et de sous-traitance.

• **Atelier sur la technologie océanique** - Newport, Rhode Island - 27 février 1993 — Cette manifestation vise à promouvoir le commerce, les entreprises conjointes, les alliances stratégiques et

les projets de développement conjoint entre des organismes canadiens et américains qui participent à tous les aspects de la technologie marine, y compris le matériel, les logiciels, l'ingénierie, l'exploration, les services d'experts-conseils et la protection de l'environnement. Les participants peuvent exposer des produits et des services et rencontrer des partenaires, des collaborateurs et des acheteurs américains éventuels.

Les personnes qui désirent participer à l'une de ces activités et qui voudraient obtenir des renseignements supplémentaires devraient s'adresser à M. Donald Marsan, Direction de la promotion du tourisme et du commerce avec les États-Unis, AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

LIBAN - Une entreprise désire représenter des fabricants canadiens de cadeaux, d'articles en cuir, de vêtements de sport, de vêtements unisexes, de chaussures, de produits de beauté, de repas-minute et de produits électroniques de consommation courante. Communiquer avec Garen Koundakjian, General Manager, Hart Trading Company, P.O. Box 16-6386, Ashrafieh, Beyrouth, Liban. Tél. : 01-398438. Tél. : 41384LE.

MEXIQUE - Une entreprise spécialisée dans la distribution de matériel oléohydraulique et de machines destinées à l'industrie du plastique, dont le chiffre d'affaires est de 5 500 000 \$ US, désire diversifier ses activités, en particulier dans le domaine des plastiques d'ingénierie. La société voudrait aussi conclure des accords d'investissement conjoint, de concession de li-

cences et de transfert de savoir-faire technique. Contacter Antonio Barajas Gonzalez, President, DIMYESA, Distribuidora de Maquinaria y Equipos, S.A., de C.V., Loma Bonita No. 7, Lomas Altas, Mexico 11 950 D.F. Télécopieur : 570-73-54. Télex : 1761955 DIMEME.

MEXIQUE - Une société désire importer des produits reliés à l'industrie pétrolière ou représenter des fabricants canadiens de ces produits. Communiquer avec Jorge Peyrou, Manager, Intergolfo S.A., M. Abasolo, CP 86100, Villahermosa, Tab, Mexico. Tél./télécopieur : (931) 3-38-25.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entreprise désire conclure un accord d'entreprise conjointe en vue de construire des logements dans ce pays. Communiquer avec Ing. Postrihac, Friendship 58, Plzen, Tchécoslovaquie. Tél. : 011-42-19-45094.

TAIWAN - Un fabricant, importateur

et distributeur de produits pharmaceutiques thérapeutiques et de diagnostic, dont les ventes annuelles moyennes s'élèvent à 20 millions \$US, désire importer des médicaments, des produits de diagnostic et des produits biologiques (y compris des vaccins) à des fins médicales. Communiquer avec Patrick P.A. Lee ou Pen-Tui Lai, lifeguard Pharmaceutical co., Ltd., 11th Floor, No. 78, Chang-An E. Road, Section 2, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-5045709. Télécopieur : 886-2-5094303.

TAIWAN - Un fabricant et exportateur de sacs de couchage et de bavettes d'enfants, dont les ventes annuelles moyennes atteignent 2,2 millions \$US, désire importer de la microfibre endothermique devant être utilisée dans les sacs de couchage et la literie. Communiquer avec Peter Chiu ou Johnson Shin, Z-Way Industries Inc., No. 61, Lane 296, Section 3, Ta To Road, Peitou, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-8951551/6. Télécopieur : 886-2-8933153.

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une troisième partie. Les deux premières ont été publiées dans **CanadExport** Vol. 10 no 4 et no 5. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

MATÉRIEL DE CHAUFFAGE

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Il existe trois principaux marchés aux États-Unis : celui de l'installation originale, celui du remplacement (en raison de l'usure et de la désuétude) et celui de la modernisation (agrandissement ou amélioration d'installations existantes). Selon les statistiques américaines, le marché du remplacement représente 60% de la demande totale. De 1980 à 1987, les marchés du remplacement et de la modernisation ont été extrêmement actifs en raison du coût élevé de l'énergie et des divers programmes incitatifs. Les propriétaires de maisons, de commerces et d'immeubles institutionnels s'étaient lancés dans le remplacement des installations de chauffage au mazout par des installations fonctionnant au gaz ou à l'électricité.

POISSONS, CRUSTACÉS ET AUTRES ESPÈCES MARINES

Agent : P. Eged
Tél.: (613) 991-9483

En 1990, les importations américaines de produits de la mer transformés ou consommables à l'état brut ont totalisé 6,02 milliards \$, et l'on s'attend à ce que les chiffres de 1991 demeurent à peu près les mêmes. Dans la vente au détail, l'industrie nord-américaine des produits de la mer doit faire face à une vive concurrence de la part des produits de remplacement de plus en plus demandés. C'est dans les marchés «ethniques» asiatiques et latino-américains que l'on devrait enregistrer une croissance de la consommation américaine de produits de la mer. Traditionnellement, ces marchés étaient approvisionnés par des produits importés d'outre-mer, mais les produits d'origine nord-américaine prennent une place de plus en plus importante. Plus d'Américains consomment leurs produits de la mer à l'extérieur du foyer puisque les deux tiers des ventes sont effectuées au niveau des services alimentaires. La croissance est importante dans le segment lucratif haut de gamme de ce marché où l'on préfère le poisson frais au poisson congelé. La croissance constante du secteur des services alimentaires institutionnels favorise la demande de produits congelés, transformés ou à valeur ajoutée.

MANUTENTION DES MATÉRIAUX

Agent : P.-A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

L'industrie américaine de la manutention des matériaux représente un marché de 24 milliards \$. Le secteur le plus propice à l'expansion des exportations canadiennes est celui des grues à pont roulant et des transporteurs, où elles constituent 70% des importations américaines. Selon le Materials Handling Institute of America, les perspectives pour l'an prochain sont bonnes dans ce secteur, compte tenu que la croissance réelle prévue est de 3,7% par année jusqu'au milieu des années 1990.

SERVICES HOSPITALIERS ET MATÉRIEL MÉDICAL

Agent : J.-P. Petit
Tél.: (613) 991-9482

Le marché américain des appareils médicaux est le plus important au monde. En 1990, sa valeur atteignait 65,2 milliards \$US, soit 59% de la demande mondiale. Dans les années 1980, il enregistrait un taux de croissance de 9% par année. Cette croissance devrait se poursuivre pendant les années 1990 en raison du vieillissement de la population.

Dans ce secteur, la part du marché des importations est passée de 8 à 11,5%, et l'on s'attend à ce que sa valeur augmente de 20% par année. En raison des compressions budgétaires auxquelles sont confrontés les hôpitaux américains, le nombre d'appareils médicaux à usage domestique ne cesse d'augmenter. Ce segment de marché offre donc un excellent potentiel de croissance.

MACHINES-OUTILS

Agent : P.A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

En 1989, les États-Unis ont importé pour 3,44 milliards \$ de machines-outils. Les ventes canadiennes de machines à travailler les métaux s'élevaient à 255,72 millions \$. Plus de 40% des commandes de ce secteur proviennent de l'industrie de l'automobile. À moyen terme, le principal

facteur qui pourrait influencer sur la demande de machines-outils est la réglementation proposée sur les émissions d'oxyde de carbone et les économies d'essence. Il est possible que ces changements donnent lieu à la création de programmes importants en matière d'outillage, entraînant par le fait même une hausse des commandes de machines-outils qui pourrait ressembler à celle survenue au milieu des années soixante-dix, alors que les commandes atteignaient un sommet de 6,61 milliards \$.

ÉQUIPEMENT D'EXPLOITATION DU PÉTROLE ET DU GAZ

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Dans ce secteur, les exportations canadiennes de matériels et de services vers les États-Unis atteignaient 132 millions \$ en 1990. Selon des données récentes, le taux de croissance de l'industrie américaine de l'équipement d'exploitation pétrolière devrait être de 3,1% pour la période 1990-1994. Ces prévisions se fondent sur les besoins des pétrolières américaines et étrangères de regarnir leurs réserves épuisées.

Bon nombre d'acheteurs américains d'équipement canadien d'exploitation pétrolière et gazière sont eux-mêmes engagés dans des projets en Europe, au Moyen-Orient ou en Asie. La promotion du savoir-faire canadien sur le marché américain permet aux entreprises de mieux se faire connaître auprès des marchés étrangers et de livrer concurrence aux entreprises américaines, ouest-européennes et asiatiques dans le secteur de l'exploitation pétrolière en mer.

PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET BIOTECHNOLOGIE

Agent : J.-P. Petit
Tél.: (613) 991-9482

L'industrie américaine de la biotechnologie compte environ 1100 entreprises, dont la plupart sont de petite taille. Environ 35% fabriquent des produits thérapeutiques, 28% des produits diagnostiques et 18% des produits de biotechnologie, et 8% oeuvrent dans le secteur de la biotechnologie agricole et 11% dans divers secteurs de la biotechnologie. En 1991, leur actif total s'élevait à 130 milliards \$US, tandis que leurs recettes et leur ventes annuelles atteignaient 60 milliards et 4 milliards \$, respectivement. Treize produits de biotechnologie ont été mis sur le marché en 1990, 11 en 1991, et 17 seront approuvés en 1992. Un total de 132 produits de biotechnologie attendent l'approbation de la FDA. Des sociétés de capital-risque recherchent des occasions d'investir dans la biotechnologie. On

estime que 30 milliards \$US en capital de risque sont destinés au secteur de la biotechnologie. Les sociétés de biotechnologie américaines prévoient que leurs exportations représenteront 30% de leurs ventes en 1992. Ces entreprises sont disposées à mener des projets conjoints.

PRODUITS ET SERVICES ENVIRONNEMENTAUX

Agent : D. Marsan
Tél.: (613) 991-9478

La valeur actuelle des exportations canadiennes de produits et services environnementaux vers les États-Unis est d'environ 300 millions \$CAN, et tout laisse croire que ce chiffre augmentera considérablement au cours des prochaines années. On s'attend à ce que les taux de croissance et les dépenses dans ce secteur doublent et même triplent au cours des 15 prochaines années. Les sommes engagées et dépensées par les entreprises, le gouvernement et les États sont liées de très près, car le processus est régi par une multitude de lois. Selon des estimations portant sur l'industrie américaine des produits et services environnementaux, la valeur actuelle de l'ensemble du marché dépasse 100 milliards \$US par année. D'ici 1995, on prévoit que ce chiffre atteindra 200 milliards \$US, compte tenu que l'ensemble du secteur croît au rythme de 20 à 30% par année.

CADEAUX, ARTS, ARTISANAT ET BIJOUTERIE

Agent : T. Weinstein
Tél : (613) 991-9479

Il s'agit d'un secteur en haute croissance. Le commerce du cadeau aux États-Unis se traite surtout dans les foires spécialisées entre détaillants, grossistes et distributeurs. Il y a de plus en plus d'intérêt pour l'artisanat canadien, surtout celui produit par les autochtones.

Les exportations de cadeaux et d'artisanat ont tendance à s'effectuer dans un axe nord-sud. Dans ces secteurs, le prix et la qualité jouent des rôles très importants. L'industrie ignorera les babioles ou imitations qu'elle peut se procurer sur d'autres marchés à meilleur compte. Il faut faire preuve d'originalité et présenter des produits authentiques. Le prix des articles recherchés peut toutefois constituer un obstacle.

Les importations de bijouterie se divisent en deux catégories : les bijoux raffinés (ils proviennent surtout de France et d'Italie) et les bijoux vestimentaires (importés surtout d'Asie). Une grande quantité des pierres précieuses et de l'or qui entre dans la fabrication des bijoux raffinés provient du Canada. Après transformation ces deux composantes sont exportés à fort prix. Les exportateurs peuvent percer le marché avec de l'originalité et des prix compétitifs.

Les foires et conférences en Australie

Les événements suivants ont été choisis par le Consulat canadien à Melbourne. Les entreprises canadiennes intéressées par une de ces activités doivent communiquer directement avec les organisateurs :

Thomson World Trade Exhibitions

144 Riley Street, East Sydney NSW 2010
Tél.: (02) 332-3233. Télécopieur: (02) 332-4577

- *19th Melbourne International Gift Trade Fair* — 8 au 12 août 1992
- *3rd Melbourne International Fashion Jewellery and Accessories Fair* — 8 au 12 août 1992
- *15th Sydney International Spring Gift Trade Fair* — 12 au 16 septembre 1992
- *17th International Watch, Clock and Jewellery Fair* — 12 au 16 septembre 1992
- *Mine and Quarry Suppliers and Services Exhibition* - 14 au 16 octobre 1992
- *16th Brisbane International Gift Trade Fair* - octobre 1992

Riddell Exhibition Promotions

137-141 Burnley Street, Richmond VIC 3121
Tél.: (03) 429-608. Télécopieur: (03) 427-0829

- *Timber and Working with Wood Show* — 24 au 30 juillet 1992
- *Herald Sun News-Pictorial Home Show* — 22 au 30 août 1992
- *Timber and Working with Wood Show* — 22 au 30 octobre 1992

Australian Exhibition Services Pty.Ltd.

Illoura Plaza, 424 St.Kilda Road,
Melbourne VIC 3004
Tél.: (03) 867-4500. Télécopieur: (03) 867-7981

- *Ausfair* — Australian International Market for Consumer Goods - 28 juin au 1er juillet 1992
- *PC 92 - 19th Personal Computer Show* — 11 au 14 août 1992
- *Communications and Office Technology 92* — 11 au 14 août 1992
- *Franchising 92* — 4 au 6 septembre 1992
- *Fine Food 92 - 8th Australian International Food Drink and Equipment Exhibition* — 6 au 9 septembre 1992
- *Exposhop - Australian International Shopfitting, Display and Merchandising Exhibition* — 6 au 9 septembre 1992
- *Elenex Australia - 4th Australian International Electrical and Electronic Industries Exhibition* — 29 septembre au 2 octobre 1992
- *Automate Australia - 3rd International Robotics and*

Industrial Automation Exhibition — 29 septembre au 2 octobre 1992

BPI Exhibitions Pty.Ltd.

162 Goulburn Street, Darlinghurst NSW 2010
Tél.: (02) 266-9799. Télécopieur: (02) 267-1223

- *25th International Catering Trade Fair* — 20 au 24 juin
- *1st Foodservice - Adelaide International Catering Trade Fair* — 23 au 25 août 1992
- *6th LABEX Sydney - International Laboratory and Diagnostic Equipment and Products Exhibition* — 8 au 10 septembre 1992

Exhibitions and Trade Fairs Pty. Ltd.,

311 Montague Street, Albert Park VIC 3206
Tél.: (03) 696-0666. Télécopieur: (03) 696-0808

- *Alia Biennial Conference and Exhibition - Fourniture de librairies* — 28 septembre au 1er octobre 1992

Australian Trade Promotions

a/s Graham Uthmeyer, Suite 6,
497 Burke Road, Camberwell VIC 3124
Tél.: (03) 822-0400. Télécopieur: (03) 824-7672

- *Hospitality 92* — août 1992

Melbourne Pharmacy Fair

a/s Sheila Endelin, organisatrice,
370 Lonsdale Street, Melbourne VIC 3000

- *Melbourne Pharmacy Fair* — 20 au 22 juin 1992

Conference and Exhibition Organizers

a/s Michael Sedin, P.O. Box 314,
Carlingford NSW 2118
Tél.: (02) 437-4088

- *Austex - Institut du textile* — 2 au 5 juillet 1992

Boating Industry Association of Victoria

a/s Jon Schoer, administrateur
124 Jolimont Road, Jolimont VIC 3004
Tél.: (03) 650-7833. Télécopieur: (03) 651-9448

- *National Boat Show* — 2 au 9 juillet 1992

Aerospace Foundation of Australia Ltd.

a/s Ross Dunlop, directeur de la promotion
P.O.Box E70, Parramatta NSW 2150

- *1st Australian International Air Show and Aerospace Exhibition* — 21 au 25 octobre 1992

Grande foire et congrès de l'épicerie en Ohio

COLUMBUS - Le consulat du Canada à Cleveland recherche environ 35 sociétés canadiennes pour participer à son pavillon national au **1992 Ohio Grocers Association Convention and Trade Show** (congrès et foire commerciale de l'Ohio Grocers Association), qui se tiendra les 24 et 25 octobre au Columbus Convention Center.

La foire, à laquelle ont participé 28 exposants canadiens l'année dernière, est la troisième en importance dans le domaine de l'épicerie aux États-Unis. Elle attire des courtiers, des distributeurs, des grossistes, des chaînes de supermarchés, des épiciers indépen-

dants, des détaillants de spécialités gastronomiques de six États environnants.

Cette année, le consulat recherche des entreprises canadiennes spécialisées dans les fruits de mer, le vin et les boissons non alcoolisées, les aliments congelés et les plats cuisinés ainsi que les produits raffinés.

Le pavillon national du Canada veut aussi promouvoir des entreprises qui fabriquent du matériel d'étalage et celles qui offrent des systèmes informatisés et des logiciels. Une attention particulière sera accordée aux produits et services qui visent à protéger l'environnement.

ronnement.

Les participants qui se joindront au pavillon canadien pourront bénéficier d'une réduction substantielle. Il incombera toutefois à chaque exposant d'acquitter les autres frais, tels que le transport, l'expédition des produits, le logement et les dépenses personnelles.

Pour obtenir plus d'information sur le **1992 Ohio Grocers Association Convention and Trade Show**, communiquer avec Betsy Holm, déléguée commerciale, consulat du Canada, suite 1008, 55 Public Square, Cleveland, Ohio 44113-1983, É.-U.. Tél. : (216) 771-0150. Télécopieur : (216) 771-1688.

Rencontre Canada-Taiwan à Taipei

Les gens d'affaires qui envisagent un séjour à Taiwan devraient ajouter quelques jours à leur itinéraire pour assister au **6th Joint Meeting of the Canada-Taiwan Business Association (CTBA)** (6^e rencontre conjointe de l'Association commerciale Canada-Taiwan), qui se tiendra à Taipei du 26 au 28 avril 1992.

Cette rencontre de deux jours permettra aux participants d'établir un réseau avec plus de 200 cadres supérieurs et décideurs de Taiwan, de présenter leurs produits, leurs technologies et leurs services devant l'un des marchés les plus florissants d'Asie et d'explorer les possibilités d'exportation.

Ces domaines sont, entre autres, le transport, les télécommunications, le génie-conseil, l'aviation et l'aérospatiale, la protection de l'environnement, la technologie de pointe, la technologie de l'information et l'énergie.

Les personnes intéressées doivent communiquer avec Denis Trottier ou Elsie Lee, l'Association commerciale Canada-Taiwan, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.



Une première pour le Canada à Saint-Petersburg

SAINT-PETERSBURG - Pour la première fois, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aura son pavillon national au **PAP-FOR 92**, un salon des pâtes et papier et de l'équipement forestier qui aura lieu du 22 au 26 septembre, à Saint-Petersburg, en Russie. L'emplacement du Canada peut recevoir 15 sociétés. Les premières entreprises reconnues à en faire la demande seront retenues.

Les compagnies désirant y participer ou obtenir plus d'information doivent communiquer avec Richard Parker, Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur: (613) 995-6319.

Technologie de forage et de production en mer

HOUSTON - La **24th Offshore Technology Conference and Exhibition (OTC 92)** (24^e conférence et exposition sur la technologie de forage et de production en mer) se tiendra dans cette ville du Texas, du 4 au 7 mai.

La conférence vise les ingénieurs de l'industrie du forage et de l'exploitation pétrolière hauturière, les gestionnaires et les scientifiques.

L'exposition elle-même est la principale foire commerciale internationale de l'industrie hauturière. On y présente les dernières innovations en équipements, services et technologies utilisés dans le développement des ressources sous-marines. L'événement attire plus de 1200 des principaux fabricants et fournisseurs à l'échelle mondiale.

Les personnes qui voudraient participer à la **24th Offshore Technology Conference and Exhibition (OTC 92)** peuvent s'inscrire dès maintenant par télécopieur (214-952-9328) jusqu'au 13 avril. À compter du 27 avril, on pourra s'inscrire en utilisant une carte de crédit en téléphonant au (713) 791-5575 ou au (713) 791-5576. L'inscription sur place ne se fera pas avant le 4 mai.

Vaste marché voué à la mode et la décoration à Bruxelles

Lors d'un prochain séjour dans la capitale de l'Europe, les manufacturiers canadiens se doivent de visiter le Centre du Commerce International de Bruxelles, le plus grand marché européen voué à la mode et à la décoration intérieure.

Les entreprises canadiennes innovatrices dans ces deux domaines trouveront au CCIB 1500 exposants

représentant quelque 7800 marques de commerce. Il n'en tiendra qu'à eux d'y ajouter la leur. Les exposants sont des manufacturiers, grossistes, agents et importateurs qui louent un espace à l'année pour pouvoir rencontrer les détaillants et les groupes d'acheteurs.

En 1990, 620 000 acheteurs profes-

sionnels ont fréquenté le Centre dont le chiffre d'affaires a atteint 2,2 milliards \$CAN. Une enquête menée en 1985, soit 10 ans après l'ouverture du Centre, a montré que 95% des détaillants belges s'approvisionnent au CCIB et y viennent en moyenne de 6 à 11 fois par année. Le grand public n'y est pas admis.

Avec ses 175 000 mètres carrés, le Centre de commerce international de Bruxelles a des retombées économiques importantes sur la région de Bruxelles et toute la Belgique.

Chaque lundi, seul jour régulier d'ouverture quelque 5000 marchands provenant de 2300 commerces de détail envahissent le CCIB. Cinq fois par année le Centre ouvre une autre fois durant la semaine. L'affluence atteint alors les 12 000.

On retrouve en permanence au Centre des représentants des industries suivantes : prêt-à-porter courant et de collection, accessoires, articles de sport, articles en cuir, chaussures, bijoux, montres, horloges, cadeau et jouets et papeterie.

La formule du CCIB permet aux exposants de rencontrer leurs clients réguliers chez eux, sans avoir à se déplacer et à en rencontrer de nouveaux.

Les représentants des associations et regroupements professionnels peuvent être rencontrés sur place.

Pour plus d'information, communiquer avec le CCIB, Atomiumsquare, 1020 Bruxelles. Tél. : 32-02-478 49 89; télécopieur : 32-02-478 6258; telex : 26 138 BITM B ou avec l'attaché aux affaires commerciales de l'ambassade du Canada, Francis P. Keymolen, avenue de Tervuren, 2, 1040 Bruxelles. Tél. : (02) 735 60 40; télécopieur : (02) 735 33 83.

Salon de l'alimentation à Paris

PARIS — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada propose à 35 compagnies canadiennes de bénéficier de son aire centrale de service réservée au SIAL 92, le salon international de l'alimentation de Paris qui a lieu du 25 au 29 octobre.

Les entreprises doivent se manifester le plus tôt possible puisque les premières intéressées seront les premières choisies.

L'aire central offert comprend un kiosque d'information, un salon, une cuisine, une salle d'entreposage, une salle de réunion et une pièce de transmission par télécopieur. Les kiosques des exposants canadiens seront disposés autour de cette aire.

Les personnes intéressées doivent communiquer avec Richard Parker, Foires et Missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur: (613) 995-6319.

Europlastica : tout sur les plastiques

BRUXELLES — Les innombrables applications des matières composites constituent un des domaines où l'évolution technologique demeure la plus fulgurante.

Europlastica sera l'un des secteurs industriels les mieux représentés au cours de la grande exposition industrielle **Eurotech 92** qui aura lieu du 5 au 9 mai 1992 à Bruxelles.

On y présentera les équipements de production de la nouvelle génération, des machines de transformation par calandrage, compression, enduction, expansion, extrusion, injection, soufflage, rotation et des techniques de revêtement, de thermoformage et de moulage.

Les matières premières dernièrement apparues sur le marché ainsi que les produits finis et semi-finis occuperont aussi une place de choix à **Europlastica**.

Pour les manufacturiers canadiens du secteur des plastiques, **Eurotech 92** et **Europlastica** constituent une excellente occasion de rencontrer des clients potentiels. Ils pourront aussi échanger avec les représentants des organisations professionnelles nationales et internationales et se familiariser avec les règles de normalisation et les changements de législation qu'entraînent l'unification de l'Europe.

Organisé pour la première fois en 1986, **Eurotech** a lieu à tous les deux ans. En 1990 il a reçu 1087 exposants et 62 645 visiteurs.

On peut obtenir plus d'information auprès de M. Francis P. Keymolen, attaché aux affaires commerciales, ambassade du Canada, avenue de Tervuren, 2, 1040 Bruxelles. Tél. : (02) 735 60 40; télécopieur : (02) 735 33 83.

Numéro à noter

Prière de noter que le numéro de téléphone exact pour rejoindre le haut-commissariat du Canada à Singapour est : (011-65) 225-6363.

Débouchés dans la production électrique à Cuba

La production d'électricité à Cuba offre de plus en plus de débouchés aux exportateurs canadiens. Le gouvernement a récemment exprimé son désir de développer cette industrie afin de compenser les livraisons insuffisantes de pétrole de la CEI et se prémunir face à l'incertitude qui entoure le parachèvement de sa centrale nucléaire.

Ce sont quelques-unes des constatations de l'étude intitulée *Sector Profile: Electrical Power Sector in Cuba* (profil de secteur : secteur de l'électricité à Cuba), révisée en 1991 par l'ambassade du Canada à La Havane.

Voici quelques-uns des produits électriques que les sociétés canadiennes peuvent exporter : les fils et les câbles, les transformateurs d'alimentation, les transformateurs de distribution, les disjoncteurs, les panneaux de contrôle, l'appareillage de connexion, les fusibles, les coupe-circuit de distribution, les fusibles haute tension, les luminaires et les appareils d'éclairage extérieur et fluorescent.

Les besoins comprennent aussi le matériel électrique de contrôle et de distribution, les pièces de rechange destinées aux centrales thermiques et hydro-électriques, les relais, les isolateurs, les condensateurs, les pièces de rechange destinées aux sous-stations et le matériel de lignes de transmission, le matériel de surveillance et de contrôle des chaudières à vapeur et le matériel de protection destiné à la centrale nucléaire. Cette dernière devrait être mise en service en 1995.

L'ambassade du Canada a appris de source sûre que l'Allemagne, la France ou le Canada sont des fournisseurs éventuels de matériel de protection pour cette centrale nucléaire.

Dans le domaine de l'énergie solaire, Cuba a commencé à fabriquer des systèmes de chauffage en 1988. Les autorités voudraient entrer en contact avec des entreprises qui sont en mesure d'aider à améliorer la technologie de fabrication de composantes et d'assemblage de modules comportant des

photopiles.

Dans le domaine de la biomasse, on effectue des travaux en vue de produire de l'électricité au moyen d'excréments de bétail. Des bâtiments qui abritent 8000 vaches laitières sont déjà électrifiés de cette façon.

La technologie en matière de biomasse actuellement utilisée pourrait être considérablement améliorée et Cuba est disposé à en discuter.

Le pays recherche également de l'aide et désire acquérir de la technologie qui lui permettrait d'utiliser les ordures et les copeaux de bois pour produire de l'électricité ainsi que de la technologie et du matériel servant à sécher la bagasse de canne à sucre dans les sucreries et à utiliser la cogénération.

Lorsqu'on exporte des produits et des services à Cuba, il faut répondre à certains critères. Ceux-ci comprennent des modalités de livraison appropriées, des prix compétitifs, la qualité approuvée des produits, un rendement satisfaisant dans un climat tropical et des modalités de financement d'au moins 360 jours.

Cuba a dû limiter son budget d'importations provenant de fournisseurs occidentaux à environ 500 millions \$US par an. Cependant, on fait des exceptions lorsque la technologie, le produit ou le service requis est destiné à un secteur prioritaire de l'économie cubaine, tel la

production de l'électricité et du pétrole. Cuba est disposée à faire des achats en devises fortes et elle en est capable.

Recommandations

L'ambassade du Canada encourage les fournisseurs canadiens à établir des relations étroites avec les autorités cubaines. Une liste figure dans l'étude.

L'approche initiale exige un suivi sérieux ainsi que de la patience et de la persévérance, surtout aux premières étapes de négociation et d'évaluation.

Après l'évaluation favorable des produits d'un fournisseur, celui-ci doit à tout prix visiter le marché pour rencontrer le client éventuel, évaluer, par lui-même, la situation sur le marché et établir un rapport personnel avec l'acheteur.

On peut se procurer l'étude détaillée sur le marché de l'électricité à Cuba auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 943-8806 ou en communiquant avec le service commercial, ambassade du Canada, C.P. 500 (HVAN), Ottawa K1N 8T7. Tél. : (011-53-7) 33-2516/17/27. Télex : (code de destination: 28) 51-1586 (CAN CU). Télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

Cours sur la vente de services aux É.-U.

MONTRÉAL - 7 avril; **Ottawa** - 8 avril; **Vancouver** - 10 avril - La vente de services aux États-Unis : séminaire sur la commercialisation et l'exportation. Ces séminaires visent principalement les petites et moyennes entreprises canadiennes prêtes à exporter, qui exercent des activités dans le secteur des services professionnels. La session d'une journée portera sur un certain nombre de sujets qui intéressent les nouveaux exportateurs. On traitera de l'identifica-

tion des marchés et des partenaires stratégiques, des programmes d'aide gouvernementaux et des procédures de transit. Les frais de participation sont de 45 \$. Ils comprennent le déjeuner, les documents et la TPS. Pour plus d'informations et pour s'inscrire, communiquer avec Mme Margaret McNabb, Direction de l'expansion du commerce et du tourisme aux États-Unis, Ottawa. Tél. : (613) 998-9441. Télécopieur : (613) 990-9119.

Le commerce avec l'Amérique latine et les Antilles progresse

L'expansion des intérêts économiques du Canada en Amérique latine et dans les Antilles est l'un des principaux objectifs de la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

C'est ce qu'a déclaré le directeur de LGT, M. Douglas Campbell, lors de la récente rencontre inaugurale (section d'Ottawa) du Conseil canadien pour les Amériques, dont les objectifs épousent bien ceux de AECEC.

M. Campbell a expliqué devant les membres du Conseil comment le Ministère et sa Direction peuvent promouvoir le commerce canadien dans cette région avec laquelle les échanges commerciaux ont atteint 7,6 milliards \$ en 1991. Les exportations canadiennes ont augmenté de 8,9 % en 1991 par rapport à une augmentation de 7,6 % en 1990.

AECEC possède actuellement un réseau de 15 bureaux commerciaux en Amérique latine et dans les Antilles, dans lesquels œuvrent 28 délégués commerciaux secondés par 22 agents recrutés sur place.

La principale fonction de ces bureaux est de fournir des renseignements stratégiques sur le marché local et des conseils généraux aux exportateurs. Les

délégués peuvent conseiller les exportateurs sur l'attitude et l'approche à adopter sur certains marchés, préparent des études de marché, assurent la liaison avec des clients et agents locaux, recommandent des programmes de promotion spéciaux et veillent à ce que la politique du gouvernement canadien appuie les objectifs des exportateurs.

Les services du Commerce extérieur gèrent également un programme continu d'expositions, de missions et de séminaires de promotion des exportations. En 1991-1992, le Ministère a organisé 60 activités de ce genre. La plus importante a certes été **Canada Expo 92**, à Monterrey, au Mexique. Deux cent six exposants canadiens y ont participé.

Plusieurs autres foires et missions commerciales sont prévues au cours de cette année afin de permettre aux exportateurs canadiens de se familiariser avec les marchés, explorer de nouveaux débouchés et promouvoir l'exportation de leurs produits en Amérique latine et dans les Antilles.

Dans le contexte des discussions sur l'Accord de libre-échange nord-américain, le Mexique sera privilégié. AECEC y prévoit une quinzaine d'activités de promotion.

Les études sectorielles de marché que les délégués commerciaux font effectuer sont un autre service grandement apprécié. Ces études permettent aux exportateurs d'avoir un portrait précis des débouchés dans une secteur particulier et de mieux préparer leur stratégie de marketing.

Pour obtenir plus de renseignements sur le commerce et les affaires dans cette région ou des informations sur le Conseil canadien pour les Amériques, communiquer avec la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5546. Télécopieur : (613) 943-8806.

Le Pérou est ouvert... mais aux audacieux

Il faut en convenir, ce n'est pas facile de faire des affaires au Pérou. Les chances de percées sont souvent contrebalancées par une économie encore fragile et, dans certaines régions, par des troubles sociaux. Les entreprises audacieuses peuvent toutefois y trouver de fort intéressants débouchés.

En 1992, les sociétés qui font affaires au Pérou peuvent s'attendre à évoluer dans un contexte légal et économique de plus en plus attrayant mais toujours perturbé par une certaine instabilité politique et sociale.

Des mesures de redressement rigoureuses font leur preuve; l'inflation est maîtrisée (environ 24%), et l'économie se remet progressivement de la récession catastrophique de 1988-1990.

Les entreprises audacieuses tireront parti de l'un des codes d'investissements étrangers les plus libéraux en Amérique latine. La loi adoptée en septembre 1991 élimine les restrictions vieillottes sur l'investissement étranger et offre maintenant aux investisseurs de nombreuses garanties juridiques.

L'investissement privé est maintenant permis, même dans les secteurs qui étaient auparavant réservés à l'État, par exemple, le pétrole, les services publics, l'enseignement et la sécurité sociale.

En outre, un programme de privatisation de grande envergure prévoit la privatisation d'un bon nombre d'entreprises appartenant à l'État. Le retour du Pérou à la collectivité financière internationale en 1991 a quelque peu atténué les difficultés financières du pays; celui-ci a reçu un nouveau financement de la part d'organismes internationaux et l'on prévoit, pour cette année, un rééchelonnement important de ses dettes. La perspective d'intégration commerciale parmi les pays du Pacte andin (Pérou, Colombie,

(Voir page 11 — Le Pérou.)

Ligne de crédit pour le Venezuela

Les exportateurs Canadiens spécialisés dans les produits et services pour le secteur de l'huile et du gaz pourront vendre plus facilement aux acheteurs vénézuéliens grâce à une ligne de crédit de la SEE.

Les exportateurs peuvent recevoir un financement allant jusqu'à 85%. Pour recevoir plus d'information, communiquer avec le bureau de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) le plus près de chez vous.

Le Pérou

(Suite de la page 10.)

Équateur, Bolivie et Venezuela) devrait encourager l'industrie locale à augmenter la productivité.

Au Pérou, les domaines qui offrent des débouchés aux entreprises canadiennes sont dans des secteurs traditionnels (exploitation minière) et nouveaux (pétrole, santé et gestion de l'eau).

Au cours des deux dernières années, l'exploitation minière a ralenti en raison de grèves et de la chute des prix des métaux. Le gouvernement espère éviter un autre désastre en privatisant l'entreprise minière appartenant à l'État, Centromin, et plus de 500 concessions minières.

Le gouvernement espère éviter un autre désastre en privatisant l'entreprise minière Centromine.

L'ambassade du Canada au Pérou a soigneusement identifié une centaine de concessions qui pourraient intéresser les investisseurs canadiens. (On peut se procurer cette liste auprès d'AECEC. Voir les personnes-ressources à la fin de l'article).

Autre élément positif, la résolution en 1991 d'un conflit juridique de longue date entre le gouvernement et la Southern Peru Copper Corporation, la plus grande entreprise d'exploitation minière du Pérou, nécessitera des investissements de 300 millions \$, au cours de cinq prochaines années.

On s'attend à ce que la production pétrolière atteigne en 1992 150 000 barils par jour. Des accords clés conclus avec des sociétés pétrolières étrangères favoriseront les investissements dans ce secteur.

Les projets prévus comprennent un contrat d'exploitation de 16,6 millions \$ avec Eurocan (Canada/Suisse) et un investissement de 60 millions \$ fourni par Occidental Petroleum. De nouveau, l'entreprise pétrolière appartenant à

28,5 M\$ pour moderniser l'agriculture au Chili

Plusieurs entreprises canadiennes peuvent bénéficier d'un important projet de modernisation agricole au Chili. Financé par la Banque Internationale de Développement, ce projet exigera l'importation de nombreux produits et services.

Un des plus importants projets, et qui intéressera sûrement les exportateurs canadiens, est certes l'implantation d'un système informatisé de relevés géographiques. Les compagnies qui ont déjà de l'expérience dans ce domaine et une bonne connaissance du milieu sud-américain, particulièrement du Chili, ne doivent pas rater l'occasion.

Ce projet nécessitera du matériel, des services professionnels et un suivi technique en conseils et formation tant pour la conception, le lancement que le fonctionnement du système.

Il fera aussi appel à des fournisseurs d'ordinateurs, de logiciels, de contrôles à distance sophistiqués, de photos aériennes et de données satellitaires. Cette partie du projet vise également à améliorer le fonctionnement des services de recherche et de financement en agriculture du pays.

Par ailleurs, 13,5 millions \$ seront consacrés à l'amélioration de l'agro-

foresterie et un autre 10 millions \$ pour la recherche et des transferts de technologies dans ce domaine.

On aura besoin de beaucoup de matériel de laboratoire vétérinaire et plusieurs agronomes seront mis à contribution pour l'implantation de stations de quarantaine et de postes de contrôle de la qualité des végétaux.

Il sera aussi nécessaire d'importer plusieurs véhicules et leur outillage pour la construction des laboratoires et de nombreux tracteurs pour les petits fermiers, les coopératives et des travaux de recherche environnementale.

Le ministère de l'Agriculture du Chili agira comme maître d'œuvre du projet mais en déléguera plusieurs parties à ses agences : le Service Agricole (SAG), l'Institut de recherche agricole (INIA) et la Division de la recherche et du budget (DEP).

Les entreprises qui y voient des débouchés doivent s'enquérir directement à ces agences et consulter au préalable le service commercial de l'ambassade du Canada, Casilla 771, Santiago, Chili. Télécopieur : (011-56-2) 696-0738; télex : (Code de destination 240 341) (240 341 DMCAN CL).

l'État, Petro-Peru, a préparé un ensemble de mesures visant à attirer la participation des sociétés étrangères aux projets de forage.

Au Pérou, la récente épidémie de choléra a prouvé qu'il était nécessaire de mettre l'accent sur le traitement, la purification et la gestion de l'eau, ainsi que sur le secteur de la santé en général. C'est d'ailleurs ce que fait le gouvernement du pays. Le mois prochain, AECEC organisera une mission en Amérique latine, incluant le Pérou, en vue d'étudier la participation d'entre-

prises canadiennes aux efforts du gouvernement péruvien visant à améliorer les services médicaux.

Pour de plus amples renseignements sur les débouchés commerciaux éventuels au Pérou, communiquer avec M. George Lemieux, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 943-8806.

PUBLICATIONS

Un guide des investisseurs au Costa Rica

Centram Entreprises Ltd de Vancouver offre aux gens d'affaires intéressés à investir au Costa Rica un abonnement au guide annuel qu'elle publie.

L'abonnement au *Guide 1992 des affaires et de l'investissement au Costa Rica* (The 1992 Guide to Business and investment in Costa Rica) permet de recevoir régulièrement sans frais une liste des débouchés dans ce pays.

Les divers chapitres du Guide contiennent des informations générales et de nombreuses autres sur les normes concernant les investissements, leur financement et les aspects légaux qui s'y rattachent.

Des frais sont exigés pour chacune des parties du Guide. Pour obtenir un formulaire d'abonnement ou plus d'information, communiquer avec Centram Entreprises Ltd, C.P. 1372, Succ. A, Vancouver C. -B., V6C 2T2. Tél. : (604) 683-7824; télécopieur : (604) 736-4812.

La protection de la propriété intellectuelle

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada en collaboration avec le Fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon, vient de publier un guide sur *La protection de la propriété intellectuelle au Japon* (#167 CB).

Le document est destiné à aider et à orienter les entreprises et les chercheurs conscients des avantages de la collabo-

ration avec le Japon.

Une meilleure connaissance des règles et des pratiques qui régissent la propriété intellectuelle dans ce pays devrait permettre aux Canadiens de prendre des décisions en toute connaissance de cause et de limiter les possibilités de malentendus entre partenaires des deux pays.

L'étude précise d'ailleurs que les échanges commerciaux bilatéraux du Canada avec les pays de la région du Pacifique dépasse ses échanges avec l'Europe et que plus de la moitié des échanges avec l'Asie s'effectuent avec le Japon.

On peut obtenir une copie de l'étude auprès d'Info Export dont les coordonnées apparaissent dans la cartouche au bas de cette page.

L'équipement minier en Inde

Le secteur public indien se tourne de plus en plus vers le privé pour accélérer le développement du secteur minier. Des stimulants comme la permission d'importer des composantes et des pièces de rechange hors-taxe sont utilisés pour encourager la croissance du secteur.

C'est ce qui ressort d'une étude publiée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada intitulée *Débouchés pour le Canada dans l'industrie indienne de l'équipement minier* (#168CA).

Les facilités de production locale existent et permettent de répondre à plusieurs besoins. Dans le cadre du huitième plan quinquennal, qui a débuté en

1990, des équipements d'une valeur d'environ 3,2 milliards \$ seront requis par le secteur minier, dont 25% prendront possiblement la forme d'équipements ou de composantes importés.

Il existe plusieurs occasions d'affaires, que ce soit par vente directe ou en association, ou encore par échange technologique, un domaine où les manufacturiers canadiens se sont créés une excellente réputation en Inde.

Gaz et pétrole en Inde

Dans le but d'augmenter la part canadienne du marché indien dans l'industrie pétrolière qui est en pleine croissance, le consulat général du Canada à Bombay a préparé une étude intitulée *Profil de l'industrie de l'équipement dans le secteur pétrolier et gazier en Inde* (#166CA). (Industry Profile oil. Oil and Gas Equipment Industry in India).

Des compagnies pétrolières et gazières canadiennes entretiennent déjà des relations d'affaires avec la Oil and Natural Gas Commission et selon l'étude des débouchés additionnels existent dans une grande variété de domaines.

On peut se procurer ces deux dernières études auprès d'Info Export (voir les coordonnées dans la cartouche ci-dessous) ou en s'en s'adressant au délégué commercial, consulat général du Canada, 41/42 Makers Chambers VI, 4e étage, Jammalal Bajaj Marg, Nariman Point, Bombay 400021, Inde. Tél. : (011-91-22) 287-5479, 287-6027; télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CAI
EA
CIGF
10 #7
avr. 1992
OCSC.1

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

MAR 30 1992

CANADEXPORT

RETURN TO THE ENVIRONMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE ENVIRONNEMENTALE
MINISTÈRE

Vol. 10 N°7

15 avril 1992

Affaires extérieures
Commerce extérieur

Que le meilleur agent du Service extérieur se lève

Avez-vous, à titre d'exportateur canadien, obtenu de l'excellent service d'un agent du Service extérieur en poste à Ottawa ou dans une de nos missions à l'étranger? Dans l'affirmative, nous aimerions le savoir.

L'Association professionnelle des agents du Service extérieur (APASE) a lancé le premier prix destiné à souligner et à encourager l'excellence dans le Service extérieur canadien. Le Prix des agents du Service extérieur canadien repose sur un processus ouvert de mises en candidature. Plus particulièrement, nous accueillerions volontiers des mises en candidature de la part du milieu canadien des affaires qui œuvre étroitement en collaboration avec le Service extérieur.

Pour présenter la candidature d'un agent, il suffit d'envoyer à l'APASE une lettre de deux ou trois pages donnant un ou plusieurs exemples du rendement de l'agent en cause. Les agents du service diplomatique, jusqu'à concurrence du rang de conseiller, sont admissibles au prix. Les mises en candidature seront examinées par un jury indépendant composé d'éminents Canadiens. La date limite de réception des mises en candidature pour le prix de 1992 a été fixée au 30 avril 1992. Prière d'envoyer toutes les mises en candidature à:

L'Association professionnelle des agents du Service extérieur, 45, rue Rideau, (pièce 600), Ottawa, Ontario K1N 5W8. Téléphone: (613) 234-1391. Télécopieur: (613) 234-4018.

Une base de données permet d'accéder à 20 000 technologies

Les industries canadiennes peuvent maintenant trouver plus facilement des marchés pour leurs innovations technologiques au moyen d'un système récemment introduit au Canada.

La première étape consiste à s'inscrire à la *World Bank of Licensable Technology*, une base de données internationale établie depuis longtemps. Au Canada, on y accède par l'intermédiaire du bureau du Canadian Industrial Innovation Centre à Waterloo, Ontario.

La *World Bank of Licensable Technology*, qui représente une amélioration de la stratégie d'acquisition de technologie, est une excellente source d'information.

Les entreprises peuvent maintenant épargner des milliers de dollars en voyages et en personnel obligé de pas-

ser de nombreuses heures à scruter le marché pour dénicher la ou les technologies désirées. Cette base de données internationale facilite donc grandement le transfert de technologies.

La *World Bank of Licensable Technology* possède actuellement des bureaux aux États-Unis, au Canada, au Japon, en Tchécoslovaquie, en Chine et dans la Communauté des États Indépendants.

Chaque bureau international est responsable de répertorier des technologies sur son territoire et d'en faire la promotion. Les bureaux font également la promotion des technologies des autres pays. Quelque 2000 entreprises par année sont approchées et la base de données contient maintenant plus de
(Voir page 2 — Une base de données.)

Le commerce de compensation à Cuba n'est pas acquis d'emblée

En dépit des déboires économiques que vit Cuba, le commerce de compensation, quoiqu'il soit toujours possible, ne doit pas être pris pour acquis. L'ambassade du Canada à La Havane ne veut pas décourager les entreprises de chercher des ententes en ce sens et de s'en informer auprès d'elle. L'ambassade veut clarifier la politique du gouvernement cubain sur le sujet parce qu'elle a reçu une avalanche d'appels d'exportateurs plus ou moins bien informés.

L'ambassade précise que malgré les engagements de Cuba d'étudier tous les dossiers d'échanges compensatoires et de troc, le pays demeure réticent devant cette forme de commerce qu'il considère dégradant.

Une porte-parole gouvernementale a

récemment laissé savoir que les offres d'échanges compensatoires ne seraient acceptées que si elles touchaient des produits d'un même secteur. Cette politique, a-t-elle dit est conforme avec la volonté de l'État d'accorder plus de liberté aux entreprises et de mieux les laisser disposer de leurs bénéfices en
(Voir page 2 — Le commerce.)

DANS CE NUMÉRO

Contrats décrochés	3
Débouchés commerciaux	4
Foires et missions	5-7
Importateurs aux Honduras	6
Calendrier et publications	8

Canada

Lignes de crédit renouvelées avec la Colombie et le Chili

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a récemment renouvelé deux lignes de crédit, l'une à la Colombie et l'autre au Chili.

Les exportateurs canadiens qui traitent avec des acheteurs colombiens peuvent bénéficier d'une ligne de crédit de 10 millions \$US consentie à l'Instituto de Fomento Industrial (IFI).

La SEE peut prêter un montant représentant jusqu'à 85% du prix d'achat des biens et services canadiens. Les fonds sont versés par la SEE à l'IFI qui, à son tour, les prête à des acheteurs colombiens.

La SEE a aussi renouvelé une ligne de crédit de 5 millions \$US avec la Banco O'Higgins du Chili, une banque de taille moyenne mais un chef de file dans les services de financement à l'importation et à l'exportation offerts aux entreprises chiliennes.

Numéro à noter

Tous les numéros de téléphone qui commencent par 1 à Ankara commencent maintenant par 4. Les numéros de l'ambassade sont les suivants: Ambassade: (011-90-4) 436-1275; Section commerciale: (011-90-4) 446-2811.

Une base de données

(Suite de la première page.)

20 000 technologies.

La *World Bank of Licensable Technology*, dont le siège social est situé en Floride, a été établie il y a 19 ans. Ce bureau maintient un réseau de spécialistes du transfert de technologies à l'échelle mondiale. Ceux-ci réunissent des données auprès des pays qui ne sont pas encore représentés par la *World Bank*. Dans chaque bureau, les données sont mises à jour tous les mois.

Il est important que la technologie canadienne soit amplement représentée dans la base de données afin que les entreprises canadiennes s'assurent que leurs produits sont compétitifs sur le

plan de la technologie dans le monde entier. Par conséquent, on encourage les industries canadiennes à inscrire gratuitement sur la liste des technologies qui peuvent faire l'objet de concession de licences. Toutefois, la technologie doit offrir des possibilités commerciales.

Pour obtenir plus d'information, communiquer avec Susan White, directrice, *WorldTechnologyDatabase*, Canadian Industrial Innovation Centre/Waterloo, 156 Columbia Street West, Waterloo, Ontario N2L 3L3. Tél. : (519) 885-5870. Télécopieur : (519) 885-5729.

Le commerce...

(Suite de la première page.)

devises fortes.

En d'autres mots les entreprises cubaines veulent bien écouler leurs produits et être payés en équivalence mais ne veulent plus être les sauveteurs des autres secteurs économiques en difficulté. Par exemple, l'industrie chimique a échangé du soufre contre divers produits chimiques et ALIMPORT a fait de même pour des citrons en échange de boeuf.

Les négociations deviennent tendues quand il est question de produits que

Cuba peut vendre aisément en devises fortes, tels que le sucre, le nickel ou le rhum. Cuba préfère traiter avec des exportateurs de matières premières ou de technologies qui serviront à relancer les usines dont la production pourra ensuite bénéficier à ces investisseurs.

Cuba se dit particulièrement ouvert à des ententes concernant des matières premières en retour de matériel médical (Voir Vol. 10 no 4), de papier et de produits en papier, de matériaux de construction, de dérivés d'agrumes, de machinerie légère et d'ordinateurs.

Jusqu'à maintenant l'ambassade du Canada n'a reçu aucune offre en ce sens. La majorité des demandes qu'elle reçoit vise des produits que Cuba exporte déjà en retour de devises fortes.

Pour plus d'information, communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada, C.P. 500 (HVAN), Ottawa, K1N 8T7 Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Télex : (Code de destination 28) 511586 (CAN CU)

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Collaborateur : Réal Bouvier

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CONTRATS DÉCROCHÉS

- **ATCO Entreprises Ltd.**, de Calgary, a négocié un contrat avec l'Entreprise Nationale de Forage en Algérie en vue d'équiper cinq campements de forage. Ce projet recoit un financement de la SEE pour la somme de 12,1 millions \$ et devrait créer 350 années-personnes d'emploi au Canada.
- **Babcox & Wilcox**, de Cambridge, Ontario, a été informée de l'obtention d'un contrat pour la fourniture, à Taiwan, de quatre centrales thermiques alimentées au charbon et au mazout. Le contrat a une valeur d'environ 290 millions \$CAN.
- La Corporation du commerce canadien (CCC) a adjudgé un contrat de 8.4 million \$US à **Racal Filter Technologies Limited** de Brockville, Ontario. Le contrat prévoit la fabrication et la fourniture de filtres C₂ utilisés dans les masques à gaz de l'Armée américaine.
- La société **Fenco Engineers Inc.** de Willowdale en Ontario et **SNC-Lavalin Inc. Chili S.A.**, filiales de SNC-Lavalin Inc., ont signé avec la Compania Minera Disputada de Las Condes S.A., de Santiago du Chili un contrat à forfait clé en main de 23 millions \$US portant sur l'ingénierie, l'approvisionnement, la construction et la gestion de projet d'une usine d'acide sulfurique. Le travail commence immédiatement et la production devrait démarrer au début de 1994.
- **New Flyer Industries**, de Winnipeg, a signé un contrat de 12.6 millions \$US pour la fourniture de 60 autobus à la Commission de transport régional de Las Vegas, Nevada.
- **Pro-Eco**, Mississauga, a vendu de l'équipement et fournira des services de rénovation grâce à une ligne de crédit de la SEE de 1.9 million \$. **Pro-Eco** est un dessinateur et un manufacturier spécialisé dans une variété d'équipement pour l'industrie du métal en feuilles.
- **Orca Design International Inc.**, Port Alberni en Colombie Britannique, fournira 60 maisons préfabriquées en cadre commandées par le Japon. Le projet est estimé à plus de \$6 million de dollars canadien.
- **SNC-Lavalin**, Montréal, a signé un accord avec le Bangkok Skytrain Construction Consortium pour la construction et l'exploitation du métro aérien de Bangkok. Le rôle de **SNC-Lavalin** sera de fournir les services de gestion de projet et d'ingénierie pour une valeur de 500 millions de dollars.
- **Stohtert Entreprises Private Ltd.**, une filiale du groupe Stohtert de Vancouver s'est vu accorder un contrat de 4.2 millions \$ d'une durée de trois ans pour l'assistance technique à la Vinh Phu Paper Union du Vietnam, un fabricant de pâtes et papiers.
- **VME Equipment**, dont le siège social est à Guelph, a vendu quatre camions Euclid et du matériel connexe à un acheteur mexicain grâce à un financement de la SEE de 1.8 million \$US. Ce contrat a créé environ 55 années-personnes d'emploi au Canada.
- Une société d'Edmonton, **Weatherford Oil Tool Co.**, fournira du matériel d'exploitation de champs pétroliers à l'Inde. Cette transaction de 200 000 \$ est financée par la SEE et l'ACDI.
- **John T. Hepburn Limited** obtient un contrat de la Chine pour la fabrication de presses. Le projet totalise plus de 1,7 M \$US. Manufacturées à Mississauga, les pièces sont expédiées à une importante industrie automobile de la Chine.
- **La Prudential Steel Ltd.**, de Calgary, fournira à la Commission du pétrole et du gaz naturel de l'Inde des tubes de cuvelage en acier sans soudure dans le cadre d'une transaction appuyée par un prêt pouvant atteindre 2,17 millions \$US, consenti par la SEE, et par une subvention de 1,33 million \$US, accordée par l'ACDI.
- **Spar Aerospace** de Mississauga a décroché un contrat d'une valeur de 6 millions \$US pour la production des nouveaux systèmes d'enregistrement des données et de positionnement qui s'échelonnent sur une période de 2 ans. Les premiers appareils seront livrés à la Marine américaine à la fin de 1992.
- Les gouvernements d'Arabie saoudite et des Émirats arabes unis achèteront du matériel informatique et des logiciels de **B. & Y. Technological Enterprises Ltd.**, de Mississauga. La valeur du contrat est de 1,5 million \$.
- La société **Noswco Wells Services**, de Calgary, vendra trois pompes à acide montées sur camion, ainsi que les équipements et pièces de rechanges connexes, à la Commission du pétrole et du gaz naturel de l'Inde. Cette transaction est rendue possible grâce à un financement de 894 000 \$ de la Société pour l'expansion des exportations et une subvention de 548 000 \$ de l'Agence canadienne de développement international. Elle créera 15 années-personnes d'emploi.
- **Mitel Corporation**, d'Ottawa, fournira cinq systèmes de commutation GX5000 et des services d'installation à COTAS LTDA, en Bolivie, grâce à un financement de 625 000 \$US de la SEE. On prévoit que cette transaction créera 24 années-personnes d'emploi au Canada.

Le marché agricole et de l'élevage à Panama

Panama, le pays d'Amérique centrale ayant l'un des plus hauts niveaux de vie, pratique une politique tarifaire qui tend à favoriser surtout l'importation de produits manufacturés et à attirer les industries de services, surtout les institutions bancaires.

Le marché agricole est actuellement protégé par des quotas, des licences d'importations et des droits de 40%. Toutefois, une analyse récente laisse prévoir pour bientôt l'abandon des quotas et des licences d'importations pour les produits agricoles et le bétail.

Ces constatations sont tirées de l'étude de marché *Market Study - Agriculture and Livestock Sector - Panama* (#60LA) disponible auprès d'Info Export (voir page 8).

Les Panaméens sont de gros consommateurs de boeuf et de porc et la pro-

duction locale de ces deux denrées s'est accrue graduellement au cours des dernières années. Les importations ont diminué d'autant. Les exportateurs peuvent tout de même trouver au Panama un marché pour des viandes traitées en conserve, des jambons fumés et des parties telles que les pieds de porc et les queues.

Panama importe environ 75 000 kg de boeuf par année mais de 2,5 à 3,5 millions de kilos de porc. L'importation de porcs de reproduction semble vouloir continuer à croître au fur et à mesure que la production locale augmente. En 1990, Panama a importé 151 géniteurs principalement du Canada.

Dans le domaine laitier, Panama importe environ 3,1 millions de kilos de lait en poudre par année et de trois à quatre millions de kilos de vaches

laitières.

Le marché de l'insémination artificielle dans l'industrie porcine demeure largement ouvert tandis que la transplantation embryonnaire demeure inconnue au Panama.

Les éleveurs ont pris conscience de la nécessité d'améliorer la qualité génétique de leurs troupeaux et regardent de plus en plus du côté des bêtes génitrices de qualité.

La production de pommes de terre s'est beaucoup développée à Panama et quoique l'importation de germes avait diminué depuis quelques années, on peut s'attendre à une reprise. Les institutions financières du pays exigent maintenant des producteurs qu'ils utilisent des germes certifiés. Les variétés les plus utilisées sont l'Amigo, le

(Voir page 7 — Le marché.)

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

PANAMA - Un groupe d'hommes d'affaires de Taiwan projette d'investir environ 500 millions \$US au cours des six prochaines années sur la côte Atlantique du Panama. Ils veulent y aménager des zones franches de droits et des parcs industriels ainsi qu'un complexe domiciliaire de 10 000 maisons et deux hôtels. Le consortium est prêt à négocier avec toute entreprise canadienne qui peut lui fournir les matériaux ou les services nécessaires à la réalisation du projet. Communiquer avec Alberto Gao, directeur, Isla Margarita Group, Apartado 3260, Colon Free Zone, Colon, Panama. Tél. : (011-507) 413696; télécopieur : (011-507) 418541.

TAIWAN - Un manufacturier-exportateur avec un chiffre d'affaires d'environ 180 millions \$US cherche à

importer des dispersions de polyuréthane pour revêtements, adhésifs et textiles; un système électrolytique de plaquage de résine pour peintures et des photorésistants; des résines de polystyrène biodégradables. Communiquer avec Shun-Ren Huang, Recherche et développement, Eternal Chemical Co. Ltd. 578 Chien-Kung Rd. Kaohsiung, Taiwan. Tél. : 886-7-3837951; télécopieur : 886-2-38377956.

ROUMANIE - Un consortium est en quête de capital d'investissement pour la production de jus de pomme (le marché est ouvert); pour la modernisation d'industries papetière et de meubles et l'expansion d'une entreprise privée agro-alimentaire. Communiquer avec Stellan Medianu, Dollarz S. R. L., Cariei St. 43, 2200 Brazov, Roumanie. Tél. : 4021-50666.

TAIWAN - Un manufacturier exportateur avec un chiffre d'affaires de 85

millions \$US cherche à importer du papier photographique métallisé décoratif et de la pellicule holo-graphique. Il serait disposé à défrayer les frais pour former sa main-d'œuvre et les honoraires d'ingénieurs pour superviser le démarrage de sa nouvelle usine. Communiquer avec Ling Tang Chun, Long Chen Paper Co. Ltd., 1-1 Kuang Hsin Lane, Erhlin Town, Cheng Hua Hsien, Taiwan. Tél. : 886-4-7612171/8; télécopieur : 886-4-7612170.

TAIWAN - Un manufacturier de produits biologiques avec un chiffre d'affaires de 1,8 million \$US veut importer des vaccins contre la rage et des cultures de tissus pour la production de vaccins contre le choléra porcine. Communiquer avec David Lin, Kaohsiung Biological Product Co. Ltd., 634 Section 1, Chunsan Rd. Tenwel, Hunei Hsiang, Kaohsiung Hsien, Taiwan. Tél. : 886-7-6933315; télécopieur : 886-2-6931345.

Foires et mission en Afrique et au Moyen-Orient en 1992-1993

Voici la listes des foires commerciales et des missions en Afrique et au Moyen-Orient auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada participera au cours de l'année fiscale 1992-1993. Pour plus d'information, communiquer avec Eric Brown, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, tél. : (613) 990-6592; télécopieur : (613) 990-7437.

- Mission sur les services au Magreb - Avril 1992 - Algérie, Maroc et Tunisie.
- Foire commerciale internationale du Zimbabwe (Kiosque d'information) - Avril 1992.
- Exposition sur l'énergie, l'électronique et les communications (kiosque d'information) - Avril 1992 - Téhéran, Iran.
- Exposition d'équipements et de machinerie minière (kiosque d'information) - Avril/mai 1992 - Téhéran, Iran.
- Visite d'une mission d'Arabie saoudite à l'Exposition des plastiques, à Toronto. - Mai 1992.
- Mission sur la machinerie de construction et les services connexes en Israël. Mai 1992.
- Séminaire sur les techniques du forage à angle pour le pétrole et le gaz naturel - Juin 1992 - Alger.
- Participation de l'Iran, du Koweït, d'Israël, de l'Égypte, de la Tunisie, de l'Algérie et de la Syrie à l'Exposition nationale du pétrole. - Calgary - Juin 1992.
- Des acheteurs de l'Iran, de Syrie, du Liban, de Jordanie et de l'Égypte sont invités à l'Exposition canadienne des innovations de la ferme. Juin 1992 - Regina.
- Rencontre de la Commission économique conjointe Canada- Iran - Juin 1992 - Iran.
- Mission sur la construction au Liban et en Jordanie - Juillet 1992.
- Mission et séminaires sur les services, la technologie et les équipements de protection de l'environnement en Israël - Septembre 1992.
- Participation à la Foire internationale de Damas. (kiosque d'information) - Septembre 1992 - Damas, Syrie.
- Mission sur les télécommunications en Israël - Octobre 1992.
- Mission sur l'instrumentation au Koweït, dans les Émirats arabes unis et l'Empire d'Oman - Octobre 1992.
- Participation à Saudi AG 92 - Octobre 1992 - Riyadh, Arabie saoudite.
- Participation à la Foire commerciale internationale de Téhéran (pavillon national) - Octobre 1992. Téhéran, Iran.
- Participation à la Foire internationale du Golfe (Kiosque d'information) - Novembre 1992 - Bahrein.
- Mission sur le pétrole et le gaz en Égypte - Novembre 1992.
- Mission sur les systèmes de transports au Maghreb - Novembre 1992 - Algérie, Maroc et Tunisie.
- Participation à Motexha 92, Foire du vêtement (kiosque d'information) Novembre 1992 - Dubai, Émirats arabes unis.
- Mission de la Chambre de commerce Canada-Israël en Israël - Novembre 1992.
- Participation à Astex 92, Matériel et services de sécurité - Décembre 1992 - Ryad, Arabie saoudite.
- Semaine du Canada dans les Émirats arabes unis - Janvier 1993.
- Mission sur la gestion et les services agricoles en Algérie - Janvier 1993.
- Participation à Saudicom 93, Produits et services de télécommunications - Janvier 1993 - Koweït et Arabie saoudite.
- Rencontre de la Commission économique conjointe Canada-Arabie saoudite - Février 1993 - Riyadh, Arabie saoudite.
- Mission sur le pétrole et le gaz en Iran - Février 1993.
- Mission sur les produits de consommation et les maisons de commerce au Koweït et en Arabie saoudite - Février 1993.
- Séminaires au Maghreb sur les services, les techniques et les équipements de protection de l'environnement - Février 1993 - Algérie, Maroc et Tunisie.
- Foire commerciale internationale du Caire (kiosque d'information) - Février 1993.
- Mission sur les services d'éducation et de santé en Afrique de l'Est - La date reste à déterminer.
- Mission sur le pétrole et le gaz au Nigeria - Date à déterminer.
- Visite d'une mission sur les télécommunications rurales en Afrique Centrale. Date à déterminer.

Séminaires sur le potentiel du bois ouvré en Europe

La Direction de la Communauté européenne d'AECEC organise en collaboration avec le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse des séminaires d'une journée portant sur les débouchés pour le bois ouvré en Europe.

Le séminaire d'Halifax aura lieu au World Trade Centre le 28 avril. Communiquer avec Marjorie Shaw, tél. : (902) 6658, télécopieur (902) 426-2624.

Au Nouveau-Brunswick le séminaire aura lieu au Complexe forestier des Maritimes de Fredericton, le 29 avril. Communiquer avec Sadie Perron, tél. : (506) 851-6445; télécopieur : (506) 851-6429.

Fournisseurs canadiens en demande au Honduras

Les entreprises canadiennes qui veulent s'impliquer commercialement au Honduras y trouveront d'intéressants débouchés, bien que l'économie de ce petit pays de 3 millions d'habitants ne soit pas des plus reluisantes.

Les exportateurs pourront d'ailleurs constater que le Honduras a libéralisé son contrôle sur les devises étrangères et réduit substantiellement ses droits d'importations.

De plus, le pays dispose d'un financement de la Banque mondiale de 700 millions \$US, étalé sur trois ans. Les entreprises canadiennes doivent surveiller de près les appels d'offres pour en tirer profit.

Les secteurs les plus prometteurs sont l'hydro-électricité, les télécommunications, l'approvisionnement en eau, les transports et l'éducation.

Entre-temps, les délégués commerciaux de l'ambassade du Canada au Costa Rica ont dressé une liste de gens d'affaires du Honduras intéressés à s'approvisionner en biens ou services auprès de compagnies canadiennes. L'ambassade du Canada suggère de traiter directement avec ces entreprises qui peuvent s'avérer de bons agents locaux. Les demandes figurent en caractères gras.

• **Resortes de Honduras, Ing. Louis Gustavo Hernandez D., Gerente General, APDO 17777, Tegucigalpa, Honduras. Machinerie pour fabriquer des lames de ressorts.**

• **Inversiones Santa Lucia, Colonia Miraflores sur, B35, C#33, Tegucigalpa. Tél. : 504-335202, 3256667. Matériel de bureau et d'imprimerie et de la machinerie de construction.**

• **New Mark Representaciones, S. de R. L., Lic. Jose Abraham Lozano, Gerente de Ventas, Apartado 3283, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-323476, 321545. Télécopieur : 504-326740, 325826. Matériel électrique (transformateurs, compteurs, ampoules et autre quincaillerie).**

• **S & M Distribuciones, S. de R. L., Sal Alvarez, Presidente, Sendero Alpha, #1226, Col. Humaya, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-336062, 321545; télécopieur : 504-336062. Produits diététiques, du lait en poudre, du fil et des abrasifs.**

• **Agencia Fasquelle, S.A., Zonia M. de Flores, Gerente Regional, Apartado 472, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-370584, 373152; télécopieur : 504-379715. Pièces et accessoires d'automobiles, l'outillage et de la machinerie de stations de services.**

• **Florida Auto Partes, S de R. L., Lic. Miguel R. Carias, Gerente, Apartado 20546, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-377239; télécopieur : 504-374081. Véhicules lourds et des pièces pour camions.**

• **Rolando Martinez Flores, Vilma Beatriz Rubio, Gerente, Apartado 3375, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-376400. Cadeaux, artisanat, jouets et jeux.**

• **Intexim, Lic. Renato Arana Lacayo, Gerente General, Apartado 20229, Tegucigalpa, Honduras. Tél./Télécopieur : 504-333455. Fourniture de soins vétérinaires, antibiotiques et vitamines pour l'aviculture.**

• **Pharmabel S. de R. L., Lic. Renato Arana Lacayo, Gerente General, Colonia el Prado, Edif. Syre. Comayagua, Honduras. Tel. : 504-333455. Médicaments génériques.**

• **Centro Oftalmologico Santa Lucia, Dra. Mara Christina G. de Handall, Gerente Administrativo, Ave. La Paz, No 2821, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-380077; télécopieur : 504-380319. Produits optiques en verre et en plastique.**

• **Corporacio Farmaceutica S. de R. L., Dra. Mara Christina G. de Handall, Gerente Administrativo, Avenida La Paz, No, 2821, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-380077; télécopieur : 504-380319. Produits pharmaceutiques.**

• **Commercial Automotriz Dirz S. R. L., Wildredo Ramrez Triminio, Gerente General, Apartado Postal 264, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-370917; télécopieur : 504-370916. Pièces et accessoires d'automobiles, des plastiques et machinerie de transformation.**

• **Carlos Rodrigo Caldron R., Apartado 2472, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-322024. Produits pharmaceutiques et pour soins médicaux.**

• **Grupo Icic S. de R. de C. V., J. A. Lopez, Gerente, Apartado No. 822, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-371624; télécopieur : 504-222342. Matériel médical et produits pharmaceutiques.**

• **Farmacia Santa Maria Topoyac/ Farmacia San Jorge, Ing Carpio, Empresario, Apartado 3841, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-325154; télécopieur : 504-325945. Médicaments et machinerie d'emballage pour cigares.**

• **EHIV, S. de R. L. de C. V., Ing. Guillermo E. Valle M., Presidente, Blvd. Morazn, No. 2000, Cont. A Classic, Col. Palmira, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-313061. Pièces pour machinerie lourde, matériaux de construction, matières plastiques et matériel industriel de base.**

• **Laboratorio Minero Metalurgico, Ing. Jose Len Murillo B., Gerente Proprietario, 4TA, Calle No. 3216, Colonia las Colonas, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 311494. Association avec des conseillers canadiens dans le secteur du traitement des métaux.**

• **Cruz Lorena S.A., Roberto Alvarado, Gerente General, Apartado Postal 20271, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-333491; télécopieur : 504-334780. Pièces d'automobiles et de bicyclettes, matériaux de construction, accessoires de réfrigération et fourniture complète pour cliniques médicales.**

Global Connections 92 place les services à l'exportation en première ligne

MARKHAM - Le secteur des services qui épaula si bien l'effort des exportateurs sera à l'honneur à la foire **Global Connections 92** qui aura lieu à Markham, en Ontario, les 14 et 15 octobre et à Atlanta, en Georgie, les 18 et 19 novembre 1992.

Global Connections 92 mettra en vedette quelque 400 exposants, parmi lesquels on retrouvera des transporteurs internationaux, des banques, des études de droit, des maisons de courtage, des compagnies d'entreposage, des maisons de commerce et de nombreuses firmes de camionnage et des transitaires.

Les 5000 visiteurs attendus pourront aussi y rencontrer des représentants de compagnies d'emballage, de traduction, de télécommunications, de courtage immobilier international, de compagnies aériennes et maritimes, d'agences de voyages, de chaînes hôtelières, d'agences gouvernementales et de

commercialisation.

Des délégués commerciaux d'AECEC seront sur place pour aider les gens d'affaires dans leurs démarches.

À Markham, l'accent sera mis sur les échanges commerciaux avec le Mexique tandis que l'exposition d'Atlanta sera plus largement consacrée au commerce entre les États-Unis, le Canada et le Mexique.

Global Connections permettra aux visiteurs canadiens de faire la connaissance de compagnies mexicaines par le truchement de messages vidéo pré-enregistrés qui seront diffusés dans un centre réservé à cet effet.

Les compagnies canadiennes qui ne peuvent participer à ces deux événements pourront bénéficier du même service pour faire connaître leurs produits ou services offerts.

Pour présenter un vidéo, il faut en faire la demande à Global Business

Video, a/s Kenneth Caplan & Associés, suite 200, 200 Town Centre Blvd., Markham, Ont. L3R 8G5. Tél. : (416) 940-6911. Télécopieur : (416) 940-6915.

Pour plus d'information sur **Global Connections 92** elle-même (inscription, coût, etc.) communiquer avec le promoteur, Exsel Marketing Inc., 940 Landsdowne Ave., Toronto M6H 4G9. Tél. : (416) 534-3677. Télécopieur : (416) 534-2739

Foire de l'outillage en Angleterre

BIRMINGHAM - Le Canada possédera son aire d'exposition à **Mach 92**, l'exposition de technologie d'usinage et d'outillage qui aura lieu à Birmingham du 6 au 16 mai 1992.

Cette exposition présentera les dernières innovations technologiques de coupe et de mise en forme, incluant les systèmes laser et automatisés ainsi que tout l'outillage spécialisé connexe.

Pour plus d'information, communiquer avec Walter Hughes, haut-commissariat du Canada, Londres. Tél. : (011-44-71) 629-9492 ou avec la Direction des expositions et des missions - Europe d'AECEC : télécopieur, (613) 995-6319.

Foire du bâtiment en Australie

BRISBANE - Les exportateurs canadiens innovateurs dans le domaine des matériaux de construction et de la quincaillerie auront l'occasion de présenter leurs catalogues et autres matériel promotionnel au kiosque du Canada, à la foire du bâtiment Interbuild Queensland qui aura lieu à Brisbane, en Australie du 24 au 26 mai 1992.

Cette grande foire attire des acheteurs australiens, de Nouvelle-Zélande et du Sud-Pacifique et de l'Asie. Les entreprises intéressées doivent faire parvenir leur matériel promotionnel au Consulat général du Canada, 8e étage, 50 Bridge St., Sydney, New South Wales, 2000, Australie. Tél. : (61-2) 231-7022; télécopieur : (61-2) 223-4230.

Le marché agricole et de l'élevage à Panama (Suite de la page 4.)

Granola et l'Escort. En 1990, les producteurs panaméens ont importé 10036 sacs de 50 kg de pommes de terre de semence.

Dans le domaine des graines fourragères, un programme gouvernemental vise à améliorer la qualité et la quantité du fourrage et devrait ouvrir le marché à de nouvelles variétés. Au cours des quatre dernières années les agriculteurs

panaméens ont importé environ 7000 kg de graines de semences.

Avant d'aborder le marché de l'importation panaméen dans le domaine agricole il est essentiel d'établir des liens avec un agent local ou un distributeur reconnu par les autorités gouvernementales. Cet intermédiaire facilitera les communications avec les clients autant que les formalités

administratives qui peuvent s'avérer ardues.

Pour info, s'adresser à Tom Bearss, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

AU CALENDRIER

CALGARY - 5 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec Jim Christie. Tél.: (403) 294-0928;
VANCOUVER - 6 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec R. Johnson. Tél.: (604) 666-6807;
LONDON - 12 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec Jan Dvorak. Tél.: (519) 645-5828;
TORONTO - 13 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec R. McCorkindale. Tél.: (416) 973-5991;
OTTAWA - 21 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec M. McCourt. Tél.: (613) 598-2992.

MONTREAL - 12, 13 et 14 mai - Fa-

bricants et distributeurs nationaux, américains et étrangers d'équipements, de machinerie, de technologie, de fournitures et d'accessoires de tous genres sont invités à participer au **Salon National de la Technologie du Vêtement**. En plus de l'exposition de produits et services, des conférences auront lieu tous les jours. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec P. R. Charette, Montréal. Tél.: (514) 489-8671. Télécopieur: (514) 487-3230.

MONTREAL - 28 et 29 mai - **Mécanexpo 1992**, un salon pour les professionnels de l'industrie de la mécanique du bâtiment, permettra aux

participants d'exposer leurs nouveautés, produits et technologies en plomberie, chauffage/climatisation, ventilation, réfrigération, prévention-incendie. Entrepreneurs, acheteurs, technologues, ingénieurs, architectes, inspecteurs et agents du gouvernement sont autant de spécialités qui pourront profiter de nombreuses conférences techniques et séminaires gratuits offerts aux visiteurs. Pour obtenir plus d'information, communiquer avec Johanne Clément, Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec. Tél.: (514) 382-2668 ou 1-800-465-2668. Télécopieur: (514) 954-8933.

Le marché des télécommunications en Europe de l'Ouest

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada a publié récemment une analyse sur les débouchés pour le matériel de télécommunications en Europe de l'Ouest.

Le document, le premier de deux, met en lumière l'expérience vécue par neuf entreprises en télécommunications qui exportent déjà et veut sensibiliser et suggérer des techniques d'approche aux exportateurs qui veulent aborder le marché de la Communauté européenne.

L'Europe de l'Ouest importe actuellement pour quelque 40 milliards \$ par année de matériel de télécommunications. D'ici l'an 2000, ce chiffre, selon les projections, devrait atteindre les 100 milliards \$. En 1989, les exportations canadiennes dans ce secteur atteignaient 280 millions \$, soit 0,7% du marché.

L'analyse, *Europe 1992 and Canada's Telecommunications Industry — Experiences of Canadian Telecommunications firms in European Community* (#66EA) est disponible auprès d'Info Export (voir la cartouche au bas de cette page.).

PUBLICATIONS

Les consortiums Canada - CEI

Le Conseil commercial Canada-URSS doit lui aussi modifier son nom à la suite du désagrégement de l'Union. Il s'appellera dorénavant le CUBC et se divisera en autant de sous-conseils qu'il y aura d'États indépendants qui voudront y adhérer.

En même temps que s'écroulait l'URSS, le CUBC publiait les résultats d'une étude analytique sur l'expérience

de 52 entreprises canadiennes qui vivent une association d'affaires avec des entreprises de la CEI.

L'étude réalisée par le professeur d'économique Carl H. McMillan, de l'Université Carleton d'Ottawa, révèle entre autres que les Canadiens ont plus de 140 millions \$ d'investis dans des consortiums en CEI.

Canada-USSR Joint Ventures : A Survey and Analytical Review dresse le portrait de ces entreprises, décrit leur motivation, l'approche qu'elles ont adoptée pour établir leurs liens, le contexte politique et légal et les contraintes socio-économiques dans lesquels elles doivent évoluer.

La brochure est disponible (40,13\$, taxes et frais de poste inclus) en s'adressant au CUBC, 2 First Canadian Place, Suite 2125, C. P. 11, Toronto, M5X 1A9. Tél.: (416) 862-2821. Télécopieur: (416) 862-2820.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
 CANADEXPORT (BPT)
 125, prom. Sussex
 Ottawa (Ont.)
 K1A 0G2



CAI
EA
C16f
vol. 10 no 8
1 mai 1992
DOCS c.1.

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
MAY 21 1992
RETOUR TO DEPARTMENTAL LIBRARY
REVENIR LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMÉRO

CANADEXPORT

Vol. 10 N°8

1^{er} mai 1992

L'étiquette écologique de la CE garante du souci de la protection de l'environnement

En décembre 1991, les ministres de l'Environnement de la Communauté européenne (CE) ont convenu d'établir un programme d'étiquette écologique afin d'identifier les produits qui répondent aux exigences en matière de santé, de sécurité et d'environnement. Les critères porteront sur tous les aspects de la fabrication d'un produit et de son emballage. L'étiquette sera disponible pour les produits importés si ceux-ci répondent aux exigences de la CE. On prévoit que les premiers produits qui porteront l'emblème floral de la CE seront mis à la disposition des détaillants à l'automne 1992.

Comme les consommateurs deviennent de plus en plus sensibilisés aux étiquettes environnementales, les exportateurs canadiens qui font des affaires en Europe devraient présenter une demande d'étiquette.

Selon M. John Klassen, directeur, Division de la Communauté européenne (RWM) d'AECEC, «non seulement il

DANS CE NUMÉRO	
Marché de l'environnement	2
Débouchés	3
Foires commerciales	4-5
Qualité à l'exportation	6
Ouvertures à Porto Rico	7
Calendrier/Publications	8

existe un avantage sur le plan du marketing à être officiellement reconnu comme soucieux du respect de l'environnement, mais le fait de ne pas obtenir une étiquette pourrait entraîner la perte d'affaires au profit d'un concurrent qui en a obtenu une.»

L'étiquetage écologique ne sera utilisé pour les produits alimentaires, ni pour les boissons, ni pour les produits pharmaceutiques, ces produits étant tous visés par des lois différentes. L'attribution d'une étiquette écologique sera fondée sur l'établissement de groupes de

produits, définis en vue de s'assurer que tous les produits qui servent aux mêmes fins et sont utilisés de façon équivalente appartiennent au même groupe.

Les lois prévoient que les produits importés pour lesquels on demande une étiquette écologique doivent répondre aux mêmes exigences que les produits fabriqués au sein de la CE. Ils ne doivent pas contrevenir aux exigences de la CE en matière de santé, de sécurité et d'environnement. En outre, ils ne doivent pas contenir de substances classées «dangereuses» selon les directives de la CE, et ne doivent pas être manufacturés par un processus qui enfreint les lois de la CE ou des États membres ou qui nuit de façon appréciable à l'être humain ou à l'environnement.

Plus précisément, les lois prévoient que les effets sur l'environnement seront réduits par la réduction maximale de l'utilisation des ressources naturelles et énergétiques, des matières premières, des émissions dans l'air, dans l'eau et dans le sol, de la production de déchets et de bruit, ainsi que par l'utilisation de technologies propres et viables, qui présentent un danger minimal pour l'environnement et empêchent la destruction de l'écosystème.

Dans chaque État membre, un «organisme compétent» indépendant à l'égard des intérêts industriels ou commerciaux examinera les demandes. Le coût de l'étude du dossier devra être acquitté par le fabricant, l'exportateur ou l'importateur. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne (RWM), d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-6115; télécopieur: (613) 944-0034

PDME: 18,3 millions \$ pour appuyer les exportateurs

La somme de 18,3 millions de dollars a été inscrite au budget du Programme de Développement des Marchés d'Exportation (PDME) pour la période du 1er avril 1992 au 31 mars 1993.

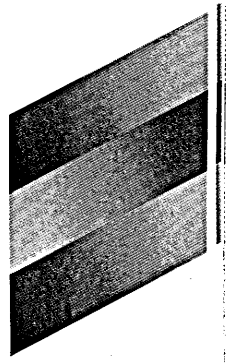
Le PDME appuie les petites et moyennes entreprises qui veulent participer à des foires commerciales, envoyer et accueillir des missions et soumissionner des grands projets.

Depuis son lancement en 1971, près de 24000 firmes canadiennes (plus de 3000 au cours des 12 derniers mois) ont reçu du PDME un appui financier qui a

généralisé 10,4 milliards de dollars en ventes à l'exportation.

Les activités du programme visant à appuyer l'ouverture des bureaux de vente à l'étranger et les initiatives de commercialisation innovatrices ont été suspendues en attendant un examen plus approfondi.

Les entreprises qui souhaitent plus d'information sur le PDME sont invitées à contacter le Centre de commerce international de leur province. Ces centres relèvent d'Industrie, Sciences et Technologie Canada.



Affaires extérieures
Commerce extérieur

Canada

Les ingénieurs conseils et le marché de l'environnement aux États-Unis

En termes de proportions, de diversité et de taux de croissance, le marché de l'environnement aux États-Unis est phénoménal. En 1991, plus de 130 milliards \$ y ont été dépensés. Quelque 33 milliards \$ ont été consacrés à la propreté de l'air, 52 milliards \$ à l'assainissement des eaux et au traitement des eaux usées et 45 milliards \$ à la gestion des déchets solides et des matières dangereuses.

Pour pénétrer ces marchés en pleine expansion, les ingénieurs conseils canadiens doivent se créer un créneau dans leur domaine spécifique et développer des alliances en ne ménageant pas les contacts à tous les niveaux.

L'étude *Penetrating the U.S. Environmental Market: Prospects and Strategies for Canadian Consulting Engineers: U.S. Eastern Seaboard Focus* publiée récemment par la Direction de l'expansion du Commerce et du Tourisme aux États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada fait le portrait du marché qui s'offre aux ingénieurs conseils sur la côte Est américaine. L'étude a été réalisée en collaboration avec l'Association des ingénieurs conseils du Canada.

L'étude est le fruit de données colligées dans de nombreux documents

et d'une centaine d'entrevues réalisées auprès de manufacturiers, de services publics, d'ingénieurs, d'instances gouvernementales et autres organismes au Canada et aux États-Unis. On y traite de l'ampleur et des tendances du marché, des critères pour le pénétrer et des façons de dénicher des débouchés et des partenaires.

Quoique l'étude vise plus particulièrement le marché du secteur privé de la côte Est, les informations et les observations qu'on y trouve sont tout aussi pertinentes à l'ensemble du marché américain, incluant le secteur public.

Les annexes du rapport fournissent plein d'information sur les contacts gouvernementaux, les foires et expositions, la documentation, les universités, les firmes d'ingénieurs conseils américaines, les principaux entrepreneurs. Il s'agit d'un excellent guide pour les ingénieurs conseils canadiens versés dans le domaine de l'environnement qui veulent pénétrer le marché américain.

Pour se procurer une copie gratuite de l'étude, communiquer avec Anthony Burgess, Association des ingénieurs conseils du Canada, 130 rue Albert, suite 616, Ottawa K1P 5G4. Tél. : (613) 236-0569; télécopieur : (613) 236-6193.

Le Canada et les Pays-Bas : spécialistes des SIG

Le Canada et les Pays-Bas jouent un rôle de chef de file en ce qui concerne le Système d'information géographique (SIG). Les différences de superficie et du milieu naturel entre les deux pays ont entraîné des spécialisations différentes. Alors que le Canada est l'expert principal dans la mise au point de matériel et de logiciels servant à tracer les cartes de grandes régions, les Pays-Bas ont acquis une expérience considérable dans le domaine des modèles informatiques servant à la surveillance de l'environnement et à l'aménagement du milieu naturel.

Les Pays-Bas s'efforcent de devenir le centre de distribution de marchandises du Marché européen; avec leur expérience de longue date et leur compétence dans le domaine du SIG ainsi que leur rôle probable de distributeur pour la Communauté européenne, les Pays-Bas sont un pays avec lequel les entreprises canadiennes spécialisées dans le SIG auraient tout intérêt à établir des partenariats stratégiques. Un rapport publié récemment par l'ambassade du Canada cite le bulletin de recherche Dataquest, Dun and Bradstreet, selon lequel : «Le marché du SIG est florissant en Europe; il a augmenté de 31% en 1990 pour atteindre 478 millions \$. Nous nous attendons à ce que cette croissance continue à un taux composé annuel de 27,7% jusqu'en 1995, alors que le marché devrait atteindre 1,619 milliards \$ ».

Pour recevoir une copie du rapport intitulé *GIS in the Netherlands* (Le SIG aux Pays-Bas) ou obtenir plus d'information, communiquer avec la Section commerciale, ambassade du Canada, C. P. 30820, 25 Parkstraat, 2500 GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (011-3170) 361-4111; télécopieur : (011-31-70) 356-2823.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :

René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Collaborateur : Réal Bouvier

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

ESPAGNE - Une compagnie spécialisée dans les produits pharmaceutiques vétérinaires se disant prête à toutes formes de partenariat cherche à introduire sur son marché espagnol très bien établi de nouveaux produits. Par exemple : **des médicaments** (antibiotiques et tranquillisants); **de la nourriture** (des additifs, des suppléments de croissance); **des produits nettoyant** (des désinfectants, des antifongicides et des systèmes auto-nettoyant.); **des produits non-chimiques pour l'entretien du bétail** (pour l'alimentation et le nettoyage); **des produits agricoles écologiques** sans herbicides ou pesticides pour accroître le rendement. Communiquer avec Jaume Angeri, directeur de la technologie, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003, Barcelone, Espagne. Tél. : 319- 8811; télécopieur : 310 3535.

NIGÉRIA — Ce pays a entrepris un grand projet dans le cadre duquel des produits seront achetés pour le compte de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), et les entreprises canadiennes sont invitées à y participer. Le projet consiste à établir des laboratoires d'essai de métaux (acier), de matériaux de construction, d'appareils électriques, de textiles, de cuir, de papier et de produits alimentaires. Il comporte aussi des laboratoires de soutien pour les examens chimiques et microbiologiques et la chromatographie de gaz liquide et d'absorption d'atomes, y compris la préparation d'échantillons. Le projet comprend également une maison d'édition et un centre d'information comportant de la documentation informatisée. Les fabricants sont invités à présenter leur catalogue et leur liste de prix pour

la fourniture d'appareils de mesure de quantités physiques, d'appareillage d'essai, de matériel de laboratoire et de bureau, de verrerie de laboratoire, de matériel auxiliaire de préparation d'échantillons et de matériel pour maison d'édition. Les entreprises qui s'intéressent au projet peuvent en informer le Haut-Commissariat du Canada à Lagos en communiquant avec M. John Brenchley, délégué commercial, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient (GBTA), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 993-6586. Télécopieur : (613) 990-7437.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une entreprise solidement établie désire devenir l'agent exclusif d'un fournisseur canadien de **matériel informatique (ordinateurs, disques durs, disquettes, logiciels, accessoires et périphériques)**. Communiquer avec Bill Swift, Ribbon Xchange Dunedin, 29 Shetland St., Wakari, Nouvelle-Zélande. Tél. : (03) 466-7379.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Représentant déjà des compagnies canadiennes, une entreprise se dit prête à agir comme distributeur pour des fournisseurs canadiens d'**outils d'ingénierie, d'ajouts d'ordinateurs, et de voltmètres et autres instruments similaires de mesures**. Communiquer avec Geoff Vaughan, directeur général, GTS-Nilsen Instrument, C. P. 9613, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (64-9) 309-2464; télécopieur : (64-9) 309-2968.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une compagnie spécialisée dans les

communications électronique et les systèmes de sécurité cherche à importer des systèmes d'alarme et de sécurité pour la maison ainsi que des installations commerciales, du câble électronique pour la transmission télévisée et des ordinateurs avec pièces de rechange. Communiquer avec Graeme Manson, ECL, C. P. 24-006, Royal Oak, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (64-9) 579-5888; télécopieur : (64-9) 579-5881.

SYRIE - L'Organisation générale du ciment et des matériaux de constructions a émis deux demandes de soumissions pour deux projets distincts en Syrie. La première vise l'agrandissement d'une cimenterie avec garantie bancaire de 100 000 \$US et promesse de terminer les travaux 24 mois après l'ouverture de la lettre de crédit.

L'autre projet concerne l'établissement d'une usine de tuiles en porcelaine. Une garantie de 50 000 \$US est exigée et les travaux devront être exécutés dans les 18 mois suivant l'ouverture de la lettre de crédit. Dans les deux cas il s'agit de projets clé en main incluant les plans et devis, les infrastructures, les travaux de structure, l'aménagement et le suivi technique.

Les documents d'étude sont disponibles au coût de 100 \$US (non remboursables). Le paiement sera octroyé par lettre de crédit et la garantie d'efficacité est établie à 10% du montant global de la soumission.

Les soumissions pour le projet de l'usine de porcelaine doivent être reçues avant le 18 mai 1992 et celles pour la cimenterie pas plus tard que le 15 juin 1992.

Les entrepreneurs intéressés peuvent communiquer avec la section commerciale, ambassade du Canada, Amman, Jordanie. Télécopieur : (011-962-6) 689-227; télex : (code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

L'expansion du tourisme à Cuba : source de débouchés

LA HAVANE - Les entreprises canadiennes qui veulent approcher l'industrie du tourisme cubain ont encore le temps de le faire si elles se hâtent pour faire parvenir leur documentation ou leur inscription à Technotur 92 une foire annuelle dédiée au tourisme.

L'événement aura lieu du 25 au 31 mai et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada y commantera un kiosque d'information où les entreprises canadiennes peuvent laisser leur matériel promotionnel.

Technotur est un excellent média pour

les exportateurs, les entrepreneurs et les investisseurs qui veulent établir des liens avec les dirigeants des principales instances du secteur touristique cubain.

Technotur s'avère un moyen économique pour découvrir le marché cubain et y présenter ses produits. L'an dernier, les participants canadiens y ont signé pour 850 000 \$ de contrats.

Accordant beaucoup d'importance au développement de son industrie touristique, Cuba continue d'y consacrer des budgets importants. Malgré les difficultés économiques que vit le pays, le gouvernement s'engage à régler toutes les importations de ce secteur par lettre de crédit garantie.

Les entreprises canadiennes peuvent certes trouver de bons débouchés dans le programme de construction et de rénovation d'hôtels (5000 chambres doivent être ajoutées à la capacité actuelle d'ici 1995), mais aussi dans la vente de produits alimentaires et de consommation visant directement la clientèle touristique, des produits hors-taxes et de boutiques d'hôtels, par exemple.

Des entreprises canadiennes vendent déjà de la verrerie, des installations d'éclairage, des piscines, accessoires et leurs produits d'entretien, des appareils de climatisation, de la quincaillerie et du matériel de plomberie, des articles de sport et de loisir et de l'équipement d'entretien de jardins et de cuisines.

Les entreprises doivent faire parvenir leur matériel promotionnel (de 40 à 50 brochures ou des échantillons) le plus tôt possible à la Section commerciale, ambassade du Canada, C. P. 500 (HAVAN), Ottawa, Ont. K1N 8T7.

Les entreprises qui désirent avoir leur propre aire d'exposition (surface maximale de 9 mètres carrés à 135 \$US le mètre carré) doivent communiquer avec l'ambassade par télécopieur : (011-53-7) 33-2044 ou par télex : (Code de destination 28) 51-1586 (CAN CU).

Pour toutes autres informations sur le marché hôtelier et touristique de Cuba, il suffit de communiquer avec l'ambassade aux numéros ci-dessus.

Des places sont encore disponibles à l'exposition de matériel d'impression aux États-Unis

Ville de New York — Des places sont encore disponibles pour les entreprises qui désirent participer au pavillon du gouvernement canadien à **Graph-Expo East**, la plus grande exposition commerciale de matériel d'impression, qui se tiendra aux États-Unis en 1992.

L'exposition, qui aura lieu du 3 au 6 octobre au Javits Convention Center (JCC) de la ville de New York, compte 400 exposants et attire jusqu'à 30 000 acheteurs désirant améliorer leur matériel d'impression et de communications.

Le pavillon canadien, d'une superficie de 3 000 pieds carrés, est situé à un emplacement privilégié entre deux entrées principales, au troisième niveau du JCC.

Ce niveau est réservé aux sociétés qui exposent du matériel et des systèmes d'impression, des fournitures et des accessoires d'impression, du matériel et des fournitures de postimpression, ainsi que de l'équipement de manutention de matériaux.

Les exportateurs canadiens de machines d'impression ou d'autres produits mentionnés dans le paragraphe précédent qui désirent participer à **Graph-Expo East** devraient communiquer avec M. Ted Weinsten, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

Exposition de la sous-traitance à Toronto

TORONTO - La Cinquième exposition de la sous-traitance (SUBCON V), parrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, aura lieu le 3 juin 1992 au Centre canadien des expositions et des conférences de Toronto.

SUBCON, vise à aider les entreprises canadiennes à faire des affaires à titre de sous-traitant dans les domaines de la défense, de l'aérospatiale (incluant les services de réparation et de remise à neuf), de l'espace et de l'électronique. SUBCON réunit plus de 100 entrepreneurs principaux des

États-Unis et du Canada.

Un nombre semblable de sous-traitants et de sous-traitants éventuels canadiens exposent aussi leurs produits et services ou de la documentation sur leurs produits et leur expérience. Les personnes qui désirent obtenir d'autres renseignements ou participer à SUBCON V peuvent communiquer avec Mme Gisèle Laframboise, Direction des opérations d'expansion du commerce (TPO), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-8099. Télécopieur : (613) 996-8688.

Place à l'exposition pétrolière nationale de Calgary

CALGARY - Considérée comme la plus importante exposition du domaine énergétique au monde, l'Exposition pétrolière nationale aura lieu cette année au Parc du Stampede, les 9, 10 et 11 juin.

En 1990, plus de 1100 compagnies y ont présenté leurs produits et services à 42 104 visiteurs venus de partout au Canada, de 37 États américains et de 61 pays étrangers.

L'exposition de Calgary, qui en sera à sa treizième édition, se veut le rendez-vous mondial de l'industrie énergétique. L'événement a lieu à tous les deux ans et offre aux exposants une chance unique de mousser leurs marchés, attirer de nouveaux clients, établir des alliances, régler des ententes et explorer de nouveaux débouchés.

La majorité des visiteurs de l'exposition sont des professionnels haut placés du domaine de l'énergie, des gens qui auront un mot à dire dans leur milieu pour l'achat au cours des prochaines années de milliards de dollars de produits, d'équipements et de services.

L'événement est largement com-

mandité par les trois niveaux de gouvernement, local, provincial et fédéral, et attire de nombreuses missions d'acheteurs.

En 1990, 162 missions venues de 43 pays ont été invitées à Calgary pour leur permettre de rencontrer de fournisseurs canadiens du domaine pétrolier. Ces rencontres ont débouché sur des négociations contractuelles évaluées à quelque 310 millions \$.

Les entreprises de l'Est du Canada qui désirent plus d'information

peuvent communiquer avec Judy Hurd, directrice, Exposition pétrolière nationale de Calgary, 1450 Don Mills Road, Don Mills, Ont. M3B 2X7. Tél. : 442-2021; télécopieur : (416) 442-2207.

Les gens de l'Ouest peuvent communiquer avec Ward Brandow, coordonnateur, Exposition pétrolière nationale de Calgary, suite 300, 999, 8e rue S.O., Calgary, Alberta T2R 1N7. Tél.:(403)244-6111;télécopieur:(403) 245-8666.

Le Saskatchewan accueillera le Farm Progress Show

REGINA — Les fabricants, les fournisseurs, les acheteurs, les exposants et les visiteurs qui désirent se tenir au courant de la dernière technologie de culture à sec et de produits connexes devraient à tout prix participer, en juin, au salon de Regina, et ce, parce que le **Western Canada Farm Progress Show (Exposition sur l'évaluation agricole)** (18-21 juin 1992) a, depuis sa création en 1978, acquis une réputation internationale comme exposition principale d'aridoculture — il attire chaque année plus de 500 exposants ainsi que des délégations de tous les continents.

Supermarché de services relatifs à la technologie de pointe et aux techniques d'aridoculture, l'exposition comporte une gamme complète de machines agricoles, grandes et petites, notamment des dépierruses, des extirpateurs à tringles, des cultivateurs lourds, des tracteurs géants, des moissonneuses-

batteuses, des tarières, des cellules à grain et des dispositifs de télé-détection informatisés.

Au coeur de l'exposition, se trouve l'International Business Centre qui, grâce à son emplacement central, fournit une gamme complète de services afin d'accroître les possibilités d'exportation.

Ces services sont, entre autres, des "séances de rencontre" qui permettent aux fabricants et aux délégués d'échanger des informations commerciales, des services complets de bureau et de secrétariat, des services de traduction et des listes informatisées de fabricants et de leurs produits.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser au Western Canada Farm Progress Show, P.O. Box 167, Exhibition Park, Regina, Saskatchewan S4P 2Z6. Tél. : (306) 781-9200. Télécopieur : (306) 565-3443.

CONTRATS DÉCROCHÉS

HN Engineering Inc., Burnaby (C.B.), a obtenu un contrat pour entreprendre l'étude d'un système de radio portative utilisé par Saudi Aramco, une compagnie de pétrole d'Arabie saoudite. Ce projet vise à améliorer les communications de soutien pour l'exploitation de champs pétrolifères et l'entretien.

Sécuriplex Europe S.A.N.V., filiale des Technologies Sécuriplex Inc., Dorval, vient de signer deux contrats en Belgique. **Sécuriplex** s'est vu octroyer un premier contrat de 1.7 million \$ pour la

fourniture de dispositifs de détection et de combat des incendies au siège de la Communauté économique européenne à Bruxelles. Le deuxième contrat, d'une valeur 1.8 million \$, comprend la four-

niture de dispositifs de sécurité, de détection et d'extinction des incendies pour un incinérateur de déchets municipaux qui produit 12% de l'électricité de cette ville.

La qualité, la meilleure marque de commerce

préparé par Michel P. Gimmig, Laliberté, Lanctôt, Coopers & Lybrand, Montréal

La qualité totale est devenue la norme mondiale minimale permettant aux exportateurs de pouvoir compter sur une clientèle stable.

Deux chefs d'entreprises à succès, l'un Français, l'autre Canadien, témoignaient l'an dernier devant des auditeurs distincts de gens d'affaires du Québec. Ces deux exportateurs attribuaient leur réussite à la recherche constante de la qualité et aux certifications obtenues de leurs clients.

Michel Bricaud dirige Bronzacier, la PME française la plus primée pour sa qualité totale. On y fabrique surtout des fourchettes de boîtes d'embrayage dont 50% de la production est exportée.

Karel Velan a lui aussi fait de la qualité sa marque de commerce. L'entreprise qui porte son nom est devenue le deuxième plus important fabricant mondial de vannes, de robinets à soupapes et de clapets de non-retour en acier. Velan dessert le secteur de l'exploration et de la production pétrolière, les centrales thermiques et nucléaires, des domaines où la qualité des pièces est vitale pour maintenir le rendement.

«...donnez-moi la preuve que votre entreprise va pouvoir me fournir constamment la qualité que je recherche.»

Le concept de qualité a évolué très rapidement ces dernières années. Il ne s'agit plus seulement de faire un produit conforme techniquement aux besoins du client mais de répondre à plusieurs exigences, dont le coût, les délais de livraison toujours plus courts et le suivi après-vente.

Avant d'arrêter leur choix sur un fournisseur, les clients veulent avoir une assurance: donnez-moi la preuve que votre entreprise va pouvoir me fournir constamment la qualité que je recher-

che. Ils accordent alors une certification de satisfaction au fournisseur. Ou bien, le téléphone ne sonne plus!

Plusieurs entreprises possèdent maintenant un manuel d'évaluation des normes de qualité de leurs fournisseurs. Un fabricant automobile européen exige de tous ses services un contrôle très strict de la qualité. Voici trois des directives émises à tous les services de l'entreprise:

- Les responsables de la «Qualité» représentent le client et agissent en conséquence auprès des autres directions, du marketing à l'après-vente;
- Les différents services du fournisseur interviennent d'une façon coordonnée dans l'application et le suivi des modifications (études, achats, méthodes, etc.);
- Le fournisseur est en mesure de présenter son «Plan d'amélioration de la qualité», d'informer sur la progression et les actions en cours, les personnes responsables et les résultats obtenus. Tous les secteurs de l'entreprise sont concernés.

Dès lors, la cohérence avec les plans d'investissements et de formation est assuré. Comme on peut le constater, on est très loin du simple contrôle de la qualité des produits fabriqués. En fait, le client veut s'assurer que le fournisseur met tout en oeuvre pour répondre à ses besoins, a à coeur l'amélioration constante de la qualité de son produit et se fixe des normes pour y parvenir.

Rien de moins que «A»

Ce même constructeur automobile européen est très clair: «Notre objectif est de retenir que des fournisseurs de niveau «A» à partir de janvier 1993». En un mot, seule la qualité totale est acceptable. L'entreprise classe ses fournisseurs selon la qualité de leurs produits et services de A à D. Les «A», ce sont les fournisseurs «capables de développer seuls la démarche Assurance Qualité des Produits».

Dans l'esprit de cette entreprise, un fournisseur évalué «A» doit pouvoir participer activement au développement des affaires de son client et ainsi assurer le sien.

Le classement du fournisseur peut aussi être remis en question en fonction du coût. Le client peut exiger une stabilité, ou même une réduction de prix à moyen ou long terme pour inciter son fournisseur à préserver son marché.

Dans un contexte de globalisation des marchés et de concurrence internationale, la recherche de qualité totale est devenue une préoccupation constante.

«Pour réussir, il faudra donner des preuves concrètes et convaincantes de la qualité des produits mais aussi de la gestion globale des opérations.»

Les normes «s'internationalisent» et les exportateurs canadiens doivent pouvoir affronter une concurrence internationale de plus en plus aguerrie. Pour réussir, il leur faudra donner des preuves concrètes et convaincantes de la qualité de leurs produits mais aussi de la gestion globale de leurs opérations. Cela impliquera pour certains un changement d'attitudes important et une remise en cause profonde de leurs pratiques et de leur mode de gestion. Ils devront accepter d'ouvrir leurs portes à des «inspecteurs de la qualité» étrangers, non seulement pour obtenir un marché mais pour le conserver. Cette certification de qualité, ils pourront ou devront à leur tour l'exiger de leurs propres fournisseurs.

L'étiquette «Fabriqué au Canada» fera sa marque sur tous les marchés nationaux et internationaux à condition que les entrepreneurs canadiens misent sur une recherche constante de qualité et de satisfaction de leur clientèle.

Les exportations à Porto Rico affichent un taux d'augmentation de 61 %

Les chiffres que nous avons reçus du délégué commercial du Canada à San Juan montrent qu'en 1991 les exportations canadiennes à Porto Rico ont atteint un total de 411,9 millions \$, ce qui place le Porto Rico au troisième rang comme marché le plus grand du Canada dans la région, après le Brésil et le Mexique.

Ce chiffre, qui représente pour le Canada un excédent commercial de 77,2 millions \$, correspond à un taux de croissance de 61 % par rapport à celui de 1990, ce qui indique que ce marché offre de nombreux débouchés aux entreprises canadiennes qui exportent à ce commonwealth des États-Unis (É.-U.).

Étant un territoire des É.-U., l'île est entièrement assujettie au régime douanier et tarifaire des É.-U., ce qui signifie qu'il n'existe pas de barrières tarifaires ou douanières supplémentaires. Il n'existe pas non plus de contrôles des changes car la monnaie est le dollar US.

Cette relation avec les É.-U. a aussi amené la création, par le gouvernement américain, d'un programme spécial d'allègement fiscal et d'autres avantages pour l'industrie au cours de 25 dernières années.

Dans le cadre du programme, des centaines d'entreprises — la plupart dans les secteurs pharmaceutiques, électroniques, textiles, des vêtements et des chaussures — se sont établies à Porto Rico, favorisant la création d'une base industrielle dans la région.

Toutefois, le marché n'est pas limité à Porto Rico ni aux produits commerciaux et grand public destinés à une population de 3,5 millions de personnes.

Grâce à l'emplacement stratégique de Porto Rico dans les Antilles, ce pays est l'un des centres de distribution principaux dans la région. Par exemple, en 1988, l'île a importé des produits d'une valeur de 14 milliards \$, dont la plupart ont été réexportés vers des

îles avoisinantes.

Les exportations principales du Canada à Porto Rico comprennent des produits en papier, des denrées, des produits alimentaires, du matériel et des pièces d'automobile, ainsi que des matériaux et du matériel de construction. Le Canada exporte également des produits agricoles et de la pêche, des meubles, du matériel électronique et de communications, de l'équipement numérique et automatisé, et des produits chimiques.

On a fait la promotion de bon nombre de ces produits au moyen de foires et de missions commerciales parrainées par le gouvernement canadien, dit M. Jim Bradford, consul et délégué commercial au Bureau commercial du Canada à San Juan.

D'après M. Bradford, il existe un grand

nombre de foires commerciales à San Juan, qui constituent les meilleurs tremplins pour les nouveaux exportateurs et les exportateurs éventuels.

En ce qui concerne le marché des produits grand public, M. Bradford conseille aux entreprises de "veiller à ce que leurs prix soient compétitifs. C'est un marché très sensible aux prix."

Pour ce qui est de l'industrie, selon M. Bradford, le matériel commercial spécialisé, surtout les produits pharmaceutiques, offre des débouchés.

Pour de plus amples renseignements sur ce marché ou sur des foires commerciales éventuelles, s'adresser à Mr. Bradford, Canadian Trade Commission, Plaza Scotia Bank, 6th Floor, 273 Ponce de Leon, Hato Rey, Puerto Rico 00917. Tél. : (809) 250-0367/758-3500. Télécopieur : (809) 250-0369.

PUBLICATIONS

Le marché des fruits de mer au Japon change

Les récents changements dans les tendances, du marché de l'exportation de fruits de mer au Japon, les nouvelles exigences et les implications de ces changements sont analysés dans une étude publiée par le Conseil commercial Canada-Japon.

Acompagnée de plusieurs graphiques, l'étude intitulée *Canada-Japan Fisheries Trade* fournit de nombreuses données sur les débouchés pour les fruits de mer canadiens au Japon et sur les goûts des consommateurs.

Rappelant que le Japon est le deuxième plus important importateur de fruits de mer canadiens, l'étude conclut que «même si les ventes se maintiennent, le Canada devrait songer à accentuer la promotion de ses produits pour

maintenir sa part du marché et même l'augmenter.»

Des exemplaires de l'étude sont disponibles auprès du Conseil commercial Canada-Japon, suite 903, 75, rue Albert, Ottawa K1P 5E7. Tél. : (613) 233-4047; télécopieur : (613) 233-2256.

Coopération Canada-Allemagne

Une brochure offerte par *Info Export* (Voir au bas de la page 8) *Science, Technology Cooperation, 20 years 1971-1991 : Cooperation in Science and Technology* (#67EM) traite des échanges scientifiques et technologiques entre le Canada et l'Allemagne, qui vont de la recherche élémentaire à celle plus poussée dans les domaines de l'énergie et de l'environnement, de l'information et de la micro-électronique.

(Voir page 8 — Publications.)

PUBLICATIONS

Le bois ouvré face à l'Europe unifiée

L'étude *Europe 1992 and Canadian Value-Added Wood Products* dresse un portrait des débouchés et des approches stratégiques à adopter et pour pénétrer le marché du bois ouvré en France, en Allemagne, en Italie et en Grande-Bretagne. C'est surtout dans le domaine de la finition, chez les ébénistes, par exemple, que le bois ouvré canadien trouvera preneur le plus facilement.

L'Union économique européenne devrait aider les exportateurs canadiens de ce secteur plutôt que leur nuire.

L'étude suggère par ailleurs aux exportateurs de négocier plus judicieusement, de s'adapter aux essences et aux mesures désirées, d'établir des liens de confiance avec leur clientèle et de s'attarder à mieux comprendre les besoins du marché à long terme.

Des exemplaires de l'étude sont disponibles auprès de la Direction de la Communauté européenne, AECEC, tél.: (613) 995-8297, télécopieur: (613) 944-0034.

Les services des maisons de commerce

Comment choisir un maison de commerce, comprendre leur rôle et les services qu'ils peuvent rendre aux exportateurs sont parmi les sujets abordés dans la brochure *Export Markets: The Trading House Connection* (#5TE) que l'on peut se procurer auprès d'Info Export (Voir au bas de cette page).

Dictionnaire bilingue sur le commerce

Vocabulaire du Libre-Echange, un

dictionnaire bilingue de 450 pages, est publié par le département du Secrétariat d'Etat. Ce volume, que l'on peut se procurer au coût de \$28.95, contient 2,500 définitions concernant le commerce. *Vocabulaire du Libre-Echange* est disponible auprès du Groupe Communication Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0S9. Tél.: (819) 956-4802. Télécopieur: (819) 994-1498.

Le pétrole et le gaz en Argentine

Les compagnies canadiennes possédant la technologie et l'expérience dans l'exploitation du pétrole seront tout particulièrement intéressées par l'étude *The Oil and Gas in Argentina*, #116LF (Le pétrole et le gaz en Argentine) publiée récemment par l'ambassade du Canada à Buenos Aires.

En plus de cerner les multiples débouchés offerts dans ce secteur, l'étude traite de la nouvelle politique de déréglementation et de privatisation du pays qui ouvre toute grande la porte de l'industrie pétrolière à l'entreprise privée, incluant l'exploration, la production, le raffinage et la mise en marché, et lui assurant des garanties d'imposition et un taux de change plus réaliste.

On peut obtenir un exemplaire de l'étude auprès d'Info Export (Voir la cartouche au bas de cette page.)

Numéro à noter

Le numéro de facsimilé pour l'ambassade du Canada à San Jose, Costa Rica est le (011-506) 23 23 95

Au calendrier

TORONTO - 3 juin — La 5e Exposition de la sous-traitance (SUBCON V) - Voir l'article en page 4. Pour plus d'information, communiquer avec Gisèle Laframboise, Direction des opérations d'expansion du commerce (TPO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél.: (613) 996-8099. Télécopieur: (613) 996-8688.

MONTRÉAL - 3 au 5 juin — Le 10e Salon international de l'informatique et du bureau de Montréal (SIIM 92) est un événement exclusivement consacré à la technologie informatique et à la bureaucratie. Des colloques de perfectionnement professionnel présentés en collaboration avec l'institut de technologie avancée permettront aux participants de se familiariser avec l'implantation et l'utilisation de l'informatique. Pour plus d'information, communiquer avec Diane Laporte, directrice du Salon, Montréal. Tél.: (514) 288-8811. Télécopieur: (514) 288-9125.

CALGARY - 7 au 11 juin — La 11e Conférence de la mécanique offshore et de l'ingénierie arctique (OMAE 1992) présentera des conférences et des symposiums portant sur une variété de sujets, tels la technologie offshore, la technologie polaire et l'ingénierie des glaces, les pipelines et les produits connexes. Pour plus d'information, communiquer avec D. Courchène, ITC Edmonton. Tél.: (403) 495-2959. Télécopieur: (403) 495-4507.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CAI
EA
C16P
V.10
N° 9
DOTS
Vol. 10, N° 9

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

CANAD EXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
15 mai 1992
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Trouver de l'or au Venezuela!

Les agents commerciaux à l'ambassade du Canada à Caracas encouragent vivement les sociétés canadiennes à "examiner de près" le marché florissant de l'exploitation de l'or en raison des "possibilités importantes" que celui-ci offre.

L'une des meilleures façons d'examiner ce marché, c'est de participer ou d'assister au Gold Mining Seminar qui se tiendra le 25 juin 1992 à Puerto Ordaz, ville industrielle située dans la Guyane, région minière du Venezuela.

La manifestation est organisée par l'ambassade du Canada à Caracas en collaboration avec la Guayana Development Corporation et la Venezuelan Gold Association.

Selon l'ambassade, la production d'or au Venezuela a au moins décuplé ces dernières années, ce qui place le pays au 10e rang parmi les plus grands producteurs occidentaux d'or, avec l'un des taux de croissance les plus élevés en Amérique du Sud.

"Toutefois, la production actuelle est sans rapport avec son rang mondial potentiel", selon l'ambassade, qui ajoute que le Venezuela pourrait accroître sa capacité et atteindre le seuil de rentabilité en produisant environ trois millions d'onces par an (93 tonnes par an) d'or.

L'exploitation de l'or étant l'objectif principal en matière de développement, le gouvernement a réalisé qu'il était nécessaire d'obtenir, de l'étranger, des capitaux, des initiatives, du matériel et de la technologie en vue de porter la production d'or actuelle de 15 tonnes métriques par an à 45 tonnes métriques par an d'ici l'an 2000.

Le Gold Mining Seminar, auquel participeront quelque 120 invités, examinera le présent et l'avenir de cette industrie au Venezuela. Les exposés que feront les entreprises

(Voir page 2 : L'or)

Programme de partenariat en technologie avec les États-Unis

Les entreprises canadiennes de haute technologie ont la possibilité, jusqu'au 1er juin 1992, d'établir des partenariats avec des entrepreneurs principaux qui soumissionnent des contrats relatifs à des systèmes de grande puissance dans le secteur privé aux États-Unis et auprès du gouvernement américain.

Dans le cadre du Technology Partnership Program, mis en oeuvre à l'ambassade du Canada à Washington, des entrepreneurs principaux recherchent des partenaires canadiens dans une vaste gamme de milieux d'exploitation (ordinateurs centraux, micro-ordinateurs et réseaux).

Les compagnies intéressées prendront part à des sessions de travail sur les systèmes intégrés. Ces sessions d'introduction débiteront à la fin du mois de juin.

Les domaines de technologie suivants sont particulièrement intéressants : lecteurs optiques de caractères (LOC) et produits d'image; logiciels multimédias et systèmes-auteurs; outils d'étude de système assistée par ordinateur; outils de

langage de quatrième génération (LAG) et services de mise au point des applications; conception, mise au point et intégration de systèmes; acquisition et soutien de la gestion des programmes; et interconnexion de réseaux locaux et de réseaux à grande distance.

Parmi les autres domaines qui présentent de l'intérêt : intelligence artificielle et systèmes experts; formation et simulation assistées par ordinateur; traitement des signaux vocaux; courrier électronique constitué d'éléments provenant de fournisseurs différents; produits X.400 et X.500; composants pour stations terrestres de relais par satellites; télémesure par satellite; matériel et logiciels de pistage et de base de commande; algorithmes de protection des données et de chiffrement; et matériel et logiciels de télécommunications.

Les entreprises qui offrent cette technologie et désirent explorer la possibilité d'établissement de partenariats avec des entrepreneurs principaux

(Voir page 2 : Programme)

Le Canada accorde le traitement tarifaire préférentiel à six nouveaux pays.

Le Canada a annoncé aujourd'hui l'octroi du Tarif de préférence général (TPG) à l'Ukraine, aux républiques d'Estonie, de Lettonie et de Lituanie, à l'Arménie et à la Fédération de Russie.

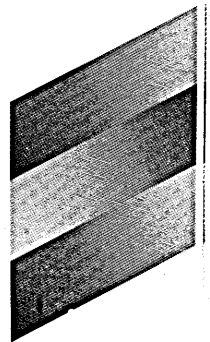
Le TPG est un système de préférences tarifaires accordées aux marchandises originaires des pays en développement et de la plupart des pays de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est.

Les taux de droit applicables aux produits admissibles au TPG représentent généralement les deux tiers des taux de la nation la plus favorisée, ou moins. Le TPG s'applique aux ar-

ticles manufacturés et aux produits semi-finis, mais exclut la plupart des textiles, des vêtements et des chaussures et certains produits en acier.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés en Espagne et dans le monde	3-4
Lignes de crédit de la SEE	5-8
Foires de la France au Mexique	9-10
Foires et missions au Japon	11
Calendrier	12



Canada

Études de marché sur le Japon

La Direction de l'expansion du commerce avec le Japon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (EAITC) continue à élaborer sa série étendue d'études de marché. Des rapports plus récents encouragent les entrepreneurs canadiens à viser au-delà des marchés traditionnels de Tokyo et à explorer les principaux marchés régionaux au Japon, qui deviennent de plus en plus importants.

Voici les titres (code de référence entre parenthèses) des études qui peuvent être commandées auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12 pour passer une commande).
 Le marché des oeufs de hareng de l'Atlantique (60CE)
 Le marché des préparations pour boulangerie et pâtisserie (61CB)
 Le marché de l'eau embouteillée (63CB)
 Le marché du saumon de C.-B. (64CB)
 Le marché des appareils d'imagerie diagnostique et des implants (114CB)

Le marché de détail des aliments et des boissons (76CE)
 Le marché des du matériel de transformation des aliments (65CB)
 Le marché de la restauration (66CE)
 Le marché des jus de fruits (67CB)
 Fukuoka et Kyushu (113CB)
 Le marché du nautisme (70CB)
 Le marché des produits de menuiserie (71CB)
 Le marché de champignons (89CB)
 Nagoya et Tokai (112CB)
 Osaka et Kansai (58CB)
 Le marché du matériel océanologique (100CB)
 Le marché des machines d'emballage (69CB)
 Le marché de la tourbe de sphaigne (72CB)
 Le marché des aliments pour animaux de compagnie (73CB)
 Le marché de la luzerne et du foin transformé (75CB)
 Le marché des viandes transformées (75CB)

Le marché des oursins (77CB)
 Le marché du logiciel (78CB)
 Le marché des portes et des fenêtres (79CE)

Dans cette série, d'autres études devraient être disponibles au milieu du mois d'octobre, soit: Le marché du matériel de garage; Le marché de l'approvisionnement public; et Le marché des produits laminés. Trois autres études de marchés régionaux sont en cours de préparation: Sapporo/ Hokkaido; Hiroshima/ Chugoku; et Sendai/Tohoku.

Pour tout renseignement sur le Japon, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. (613) 995-1281 Télécopieur: (613) 943-8286.

De l'or au Venezuela!

(Suite de la première page.)

canadiennes porteront sur le forage dans le bouclier précambrien, le forage au moyen de la circulation inverse, la télé-détection dans l'exploration minière, l'importance de l'étude de faisabilité dans un projet d'exploitation minière, et le financement des projets d'exploitation minière.

Au Venezuela, l'industrie de l'or "amorce une période d'essor et, sans aucun doute, l'industrie canadienne pourrait et devrait jouer un rôle important dans son développement," affirme l'ambassade.

Les délégués commerciaux sont entièrement disposés à aider les sociétés canadiennes qui s'intéressent au marché vénézuélien. Ils peuvent trouver des partenaires éventuels pour les opérations d'exploration, d'exploitation ou de fabrication.

Ils peuvent aussi aider les entreprises canadiennes à identifier des distributeurs ou des représentants locaux dynamiques, susceptibles d'aider à commercialiser le matériel canadien sur place.

Pour toute information sur le Gold Mining Seminar ou sur l'industrie de l'exploitation minière de l'or au Venezuela, communiquer avec la Division commerciale, Ambassade du Canada, Torre Europa, 7th Floor, Ave. Francisco de Miranda, Campo Elegre, Caracas 1060, Venezuela. Télécopieur: (011-58-2) 951-4940. Téléx: (Code de destination: 31) 23377 (DOMCAN VE).

Programme de partenariat en technologie

(Suite de la première page.)

américains doivent faire un résumé (un maximum de deux pages) des renseignements suivants puis l'envoyer par télécopieur: le produit ou service offert par la société, ses principales applications, ses avantages en matière de compétitivité, les utilisateurs finaux cibles (qui ils sont et quelles sont leurs fonctions), les avantages clés fournis à vos clients, les clients principaux au Canada, les clients principaux aux États-Unis, les prévisions relatives

au marché américain pour les prochains 18 mois, et vos attentes par rapport à un partenariat approprié.

Pour renseignements, contacter Judith Bradt, agent commercial, ambassade du Canada, Washington, DC. Télécopieur: (202) 682-7619; ou Doreen Conrad, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Fax: (613) 990-9119.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
René-François Désamoré
Rédacteur: Don Wight

Téléphone: (613) 996-2225
Télécopieur: (613) 992-5791
Tirage: 33,000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à: CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DEBOUCHÉS EN ESPAGNE

ESPAGNE—Une entreprise de services établie à Barcelone, dont l'une des fonctions est la recherche spécialisée de technologies et de produits à l'intention de ses clients, recherche des brochures sur des technologies et des produits qui répondent le mieux aux besoins des clients suivants. (En ce qui concerne tous les clients, la personne-ressource - indiquer le numéro de référence - est Jaume Angerri, Department of Technology Corporation, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003, Barcelona, Spain. Tél. : 319 88 11. Télécopieur : 310 35 35.)

Réf. CIB : Cette société recherche des produits nouveaux ou en cours de mise au point qui ont des applications sur le marché relativement aux handicapés physiques. Voici certains des produits et systèmes recherchés : produits électromécaniques destinés aux aveugles (machines comprenant le braille, appareils ménagers ou appareils électroniques personnels); périphériques d'ordinateurs personnels (OP), nouveau logiciel de langage symbolique qui facilite la communication, nouveaux moyens de transport des handicapés physiques; et systèmes incorporés de voix artificielle (dispositifs d'informations vocales, robots industriels dotés de voix, nouveaux répondeurs téléphoniques automatiques).

Réf. MEC : Un fabricant et vendeur de vannes à engrenages et d'adaptateurs pour les installations instrumentales dans les industries chimiques et pétrochimiques recherche de nouvelles technologies servant à durcir l'acier austénitique (316 degrés) ainsi que des matières ayant un meilleur rendement, susceptibles de remplacer l'acier inoxydable. La société désire également acquérir des vannes, des adaptateurs, des filtres et des raccords nouveaux ou améliorés pour des installations chimiques et pétrochimiques.

Réf. HIC : Cette entreprise spécialisée dans la teinture et la finition du tissu voudrait diversifier ses activités dans le domaine du textile. Elle recherche des technologies,

matières, produits et systèmes nouveaux, destinés au secteur du vêtement (microfibre); des produits chimiques sans danger pour l'environnement, reliés au domaine du textile; de plus, elle veut conclure des accords de sous-traitance et de coopération qui lui permettraient d'étendre sa gamme actuelle de technologies.

Réf. VIN : Cette société recherche de nouveaux produits et solutions techniques pour les domaines thermiques, acoustiques et de l'isolation ignifuge. Plus précisément, l'entreprise veut acquérir des écrans antibruit pour les routes, les chemins de fer et les tunnels; des produits servant à isoler et remettre à neuf les faux-planchers; et des produits résistants au feu (autres que la peinture), tels que des panneaux et du mastic.

Réf. MAS : Cette firme recherche de nouveaux genres de peinture et de revêtement ayant des compositions différentes (à base d'eau, poudre, solvants naturels et matières premières sans danger pour l'environnement) et des caractéristiques spéciales (peintures résistantes au feu et ignifuges, peinture anti-rouille, peinture anti-graffiti). En général, l'entreprise s'intéresse à n'importe quel produit chimique (y compris le polyéthylène, le polypropylène et les nouveaux plastiques) relié au secteur du revêtement.

Réf. LUV : Cette entreprise qui fabrique tous les genres de tuyaux en caoutchouc pour automobiles et qui entretient des relations commerciales avec tous les fabricants d'automobiles les plus importants du monde désire étendre ses activités actuelles et recherche de nouveaux systèmes et matières qui s'appliquent à la conduction des liquides. Elle recherche précisément de nouvelles formulations relatives au caoutchouc (applicables aux tuyaux d'essence); de nouvelles matières (plastiques techniques et élastomères synthétiques); des adaptateurs et des raccords rapides (pour faciliter l'assemblage de tuyaux dans une voiture); et de nouveaux systèmes de conduction de liquides (eau, air, essence, liquide pour freins). Cette

entreprise possède deux grandes usines près de Barcelone et sa propre équipe de mise au point, et elle est en mesure de fabriquer des produits d'avant-garde et compétitifs.

Réf. BAR : Cette société bien établie, capable d'adapter tous ses projets en vue de répondre aux besoins du marché espagnol, recherche des logiciels de pointe et des outils de formation multimédias (y compris des simulateurs d'activités commerciales, des langages de programmation de quatrième génération et des systèmes qui aident à prendre des décisions dans les domaines du marketing, des finances et de la gestion des ressources humaines). Elle ne recherche que des outils de pointe et innovateurs.

Réf. GAB : Cette firme, qui vend à de nombreux secteurs industriels différents, est compétitive. Spécialisée dans le tréfilage, elle désire étendre la gamme de ses activités. Elle recherche des produits et des systèmes dans lesquels le fil est une partie intégrante (construction, automobile, rayons d'exposition de fils); des systèmes qui facilitent l'utilisation du fil (bobines employées dans la construction); des applications relatives au fil ayant une forme irrégulière (triangulaire, carrée); des matériaux de remplacement du fil de fer; et des technologies de traitement du fil. Dans ce cas, fil signifie des bandes rondes de fer ayant une largeur de 0,8 mm à 1,2 cm.

Réf. DYC : Cette entreprise dynamique met au point et utilise du matériel de correction de courant déphasé en retard dans des installations électriques. Pour étendre ses activités, la société recherche de nouveaux produits et systèmes dans les domaines suivants : analyseurs de réseaux électriques (matériel compact qui mesure toutes les valeurs électriques d'une installation d'alimentation en énergie); des appareils électriques (relais joncteurs, commutateurs, dispositifs automatiques de protection des circuits); des fusibles (fusibles de protection des semi-conducteurs);

(Voir page 4 - Espagne)

ESPAGNE

(Suite de la page 3.)

des condensateurs de puissance industriels installés sur un poteau; et des relais innovateurs. L'entreprise désire également échanger du savoir-faire dans le domaine de la correction du déphasage de puissance.

Réf. MASE : Approuvée par les fabricants de motocyclettes et d'autobus les plus importants d'Espagne, cette société fabrique et commercialise une vaste gamme de peintures et de revêtements industriels

(apprêts, enduits lustrés et couches de finition). L'entreprise, qui comporte une importante division de recherche et de développement, recherche de nouvelles applications des vernis électrostatiques pour les pièces en plastique et les apprêts de polypropylène.

Réf. COL : Tous les genres de produits de nettoyage, de désinfection et de stérilisation sont recherchés par une société qui fabrique,

met au point et commercialise ces articles (par l'intermédiaire de représentants exclusifs) depuis son établissement en 1925. L'entreprise s'intéresse surtout aux nouveaux produits d'hygiène et au matériel pour hôpitaux (seringues et endoscopes); à l'industrie alimentaire (systèmes de nettoyage et de réduction de la pollution); à la volaille (machines pour nettoyer les oeufs); et aux installations pour le bétail (applicateurs de désinfectant, nettoyage de silos).

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

COSTA RICA — La Light and Power Agency du Costa Rica a lancé un appel d'offres pour la préqualification des entreprises qui désirent effectuer des études de faisabilité, des études de viabilité et entreprendre la mise au point finale d'un projet consistant à installer des câbles électriques et de télécommunications souterrains à San Jose.

On peut se procurer les conditions de préqualification jusqu'au 28 mai 1992 au coût de 90 \$ US. Communiquer avec l'ambassade du Canada au Costa Rica. Télex : (Code de destination : 376) 2179 9DOMCAN CR. Télécopieur : (011-506) 23-23-95.

ÉMIRATS ARABES UNIS — Un groupe de commerce professionnel, qui possède des succursales à Chypre, en Inde, en Tanzanie, ainsi que des entreprises associées en Iran et en Jordanie, désire acquérir les produits suivants du Canada : produits de base, services d'ingénierie, automobiles et pièces connexes, et produits grand public. Communiquer avec Raj Bharara, Director, Surura (MC) Ltd., P.O. Box 1140, Fujairah Free Zone, Fujairah, U.A.E. A Dubay, tél. : 00971-4-224872; télécopieur : 00971-4-279029.

INDE — Une entreprise de marketing recherche un accord de partenariat ou d'entreprise conjointe relativement à une industrie établie à Darwin (Australie), spécialisée dans l'agro-industrie, la foresterie et les produits forestiers. Les sociétés ou les particuliers intéressés peuvent s'adresser à Kishore Arora, President, Global Business Associates, 413 Commerce House, 140 Nagindas Master Road, Fountain, Bombay 400 023, India. Tél. : (22) 270000.

MEXIQUE — Le propriétaire anglophone d'une entreprise située à Mazatlan, qui possède une vaste expérience dans la fabrication industrielle et les ventes, désire entrer en contact avec des fabricants canadiens de produits marins, miniers et aquicoles. Communiquer avec Luis F. Ramirez Garcia, Tauro Ingeria Naval, Romanita de la Pena No. 122, Mazatlan, Sinaloa, Mexico. Tél. : 011 52 (698) 2 85 15 ou (698) 2 12 17. Télécopieur : 011 52 (698) 2 12 17.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise qui a des relations partout en Australasie recherche des produits divers, notamment des installations pour la conception de produits et des dispositifs pour le contrôle industriel, des vannes de réglage, des vannes à commande pneumatique, des microrupteurs, des produits

magnétiques et des produits de capacité, des dispositifs de commutation photo-électriques, des afficheurs à cristaux liquides et des modules. Communiquer avec Peter Botha, Email Electronics Head Office, Private Bag 7, Auckland, New Zealand. Tél. : (64-9) 579-1155. Télécopieur : (64-9) 579-2681.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société de marketing de relance IBM recherche des progiciels pour l'ordonnancement et la prévision de la production (PS2 ou AS400). Communiquer avec David Smith, Madison Systems Ltd., P.O. Box 8279, Symonds Street, Auckland, New Zealand. Tél. : (64-9) 309-3655.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Spécialisée dans la gestion des projets de télécommunications et l'ingénierie des systèmes, une entreprise d'experts-conseils qui offre ses services partout en Nouvelle-Zélande désire s'associer à une firme canadienne semblable, en particulier une entreprise qui offre des services d'experts-conseils en technologie des satellites. Communiquer avec Keith Oliver, Managing Director, Teleconsultants N.Z. Ltd., P.O. Box 74-293, Auckland, New Zealand. Tél. : (64-9) 358-0445. Télécopieur : (64-9) 358-0452.

Lignes de crédit et protocoles

La SEE offre trois mécanismes de financement à l'exportation qu'elle peut établir avec des banques ou des institutions financières à l'étranger, dont les modalités sont fixées au préalable. Chacun d'entre eux permet aux acheteurs étrangers de se procurer des biens et des services canadiens à crédit et, dans chaque cas, la SEE paie directement l'exportateur canadien au nom de l'emprunteur, une fois que les modalités du contrat d'exportation ont été respectées.

Une ligne de crédit est une forme simplifiée de financement à l'exportation par laquelle la SEE prête de l'argent à une banque ou à une institution financière à l'étranger, qui rétrocède les fonds nécessaires aux acheteurs étrangers de biens et de services canadiens. Les transactions peuvent être conclues rapidement, du fait que la SEE et l'emprunteur étranger ont convenu d'avance des taux d'intérêt, des modalités de remboursement et des autres détails pertinents.

Un protocole de crédit acheteur est une entente conclue entre la SEE et une institution financière à l'étranger, par laquelle celle-ci peut garantir des prêts à l'exportation de la SEE aux acheteurs étrangers de biens et de services canadiens. La SEE et une institution financière à

l'étranger déterminent à l'avance la valeur totale des exportations canadiennes qui peuvent être garanties par le protocole et s'entendent au préalable sur la marche que doit suivre l'établissement financier à l'étranger pour garantir des transactions individuelles.

Un protocole de crédit fournisseur est un troisième type d'accord global conclu entre la SEE et une institution financière à l'étranger, qui permet à cette dernière de garantir les billets à ordre (reconnaissance de dette) émis par l'acheteur étranger à l'exportateur canadien en guise de paiement. La SEE achète ensuite les billets à ordre de l'exportateur canadien.

Actuellement, la SEE compte 45 lignes de crédit et protocoles permettant aux acheteurs de 21 pays d'avoir accès facilement à du financement à l'exportation. De plus, la SEE offre d'autres types de prêts à des acheteurs de plusieurs pays qui ne figurent pas sur la liste ci-dessous.

Si vous avez besoin de plus amples renseignements sur la façon dont le financement à l'exportation de la SEE peut vous aider à conclure une transaction à l'étranger, communiquez avec le bureau régional le plus proche.

CATÉGORIES

- 1) Emprunteur
- 2) Montant disponible au 31 décembre 1991
- 3) Modalités de remboursement
- 4) Interlocuteur des acheteurs auprès de l'emprunteur
- 5) Représentants de l'emprunteur en Amérique du Nord

1) CORPORACIÓN NACIONAL DEL COBRE

- 2) 15 000 000 \$ US
- 3) 3 à 7 ans
- 4) Cesar Lillo, directeur, Dette
Tél. : 56-2-690-3613
Télex : 240672/3
Télécopieur : 56-2-690-3669

1) Instituto de Fomento Industrial

- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Ricardo Rodríguez Beltran
Tél. : 57-1-283-8673
Télex : 044-642
Télécopieur : 57-1-283-8553

MEXIQUE ET AMÉRIQUE DU SUD

Interlocuteur de la SEE : June Domokos, directrice

BOLIVIE, COLOMBIE, ÉQUATEUR, VENEZUELA

- 1) Corporación Andina de Fomento
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Efraín Cazar, directeur, Financement
Caracas, Venezuela
Tél. : 58-2-285-5555
Télex : 27418 CAFVF
Télécopieur : 58-2-284-5754

COLOMBIE

- 1) Banco Cafetero
- 2) 5 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Raúl Gonzalez Torres
Directeur, Succursales à l'étranger
Tél. : 57-1-282-7742
Télex : 44460 BNCACO
Télécopieur : 57-1-283-5207

MEXIQUE

- 1) Banca Serfin, S.N.C.
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Oscar Adad Rosas, vice-président
Affaires internationales
Tél. : 525-512-9000
Télécopieur : 525-512-1173
- 5) Ramón Díez-Canedo, Représentant
Tél. : 416-360-8900

- 1) Banco Unión Colombiano
- 2) 3 000 000 \$ US
- 3) 3 à 7 ans
- 4) Ernest Field, président
Tél. : 57-1-210-3408
Télex : 42050 RYBACO
Télécopieur : 57-1-211-4683

- 1) Banco del Atlántico, S.N.C.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Jorge Pulido Fregoso, vice-président
Tél. : 525-544-5460
Télécopieur : 525-544-5283

CHILI

- 1) Banco O'Higgins
- 2) 15 000 000 \$ US
- 3) 2 à 8 ans
- 4) Alejandro Young Downey, directeur adjoint
Affaires étrangères
Tél. : 56-2-698-8424
Télex : 340306 Baohm Ck.
Télécopieur : 56-2-671-7152

- 1) Ecopetrol
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Pedro Marquez
Directeur, Achats
Tél. : 57-1-288-3556
Télex : 44361
Télécopieur : 57-1-288-6440

- 1) Banco Internacional, S.N.C.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Jorge A. Salinas Nilson, vice-président
Commerce extérieur
Tél. : 525-566-2800/1636
Télécopieur : 525-535-7705

- 1) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
- 2) 40 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Rosa Maria Solis, vice-présidente
Affaires bancaires internationales
Tél. : 525-652-9529
Télécopieur : 525-652-7313

- 1) Banco Nacional de México, S.N.C.
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Alfredo Soto, premier vice-président
Financement des importations
Tél. : 525-720-6021
Télécopieur : 525-510-4271
- 5) Karin Rugeberg, représentante
Tél. : 416-368-1399
Télécopieur : 416-367-2543

- 1) Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C. (BANOBRS)
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) C.P. Gilberto Martínez Montes
Directeur intérimaire, Financement
Tél. : 525-583-1403
Télécopieur : 525-583-9791

- 1) Bancomer, S.N.C.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Magda Mesegué, directrice adjointe
Promotion commerciale
Tél. : 212-759-7600
Télécopieur : 212-888-4355/832-8459

- 1) Comisión Federal de Electricidad (CFE)
- 2) 30 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Alberto Castelazo, directeur général, Finances
Tél. : 525-553-6448
Télécopieur : 525-553-6538

- 1) Multibanco Comermex
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Esperanza Roch Soto, vice-présidente
Opérations bancaires à l'étranger
Tel. : 525-395-5609
Télécopieur : 525-207-5264

- 1) Nacional Financiera, S.N.C.
- 2) 30 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) José Luis Orenco, directeur, Financement bilatéral
Tél. : 525-325-7022
Télécopieur : 525-550-2557

- 1) Petróleos Mexicanos
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Eduardo Ito, Finances internationales
Tél. : 525-254-1896
Télécopieur : 525-531-4955

- 1) Petróleos Mexicanos
- 2) 500 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Eduardo Ito, Finances internationales
Tél. : 525-254-1896
Télécopieur : 525-531-4955

VENEZUELA

- 1) Banco Provincial S.A.I.C.A.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 2 à 8 ans
- 4) Arturo Ganteaume, vice-président
Affaires internationales
Tél. : 582-574-3922/9622
Télécopieur : 582-574-1965

ÉTATS-UNIS ET ANTILLES

Interlocuteur de la SEE : Jim Brockbank, directeur

BARBADE

- 1) Barbados National Bank
- 2) 5 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Laurretta Matthews, directrice générale
Affaires bancaires
Tél. : 809-427-5920
Télécopieur : 809-426-5048

- 1) Barbados Telephone Company Limited
- 2) 5 050 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) K.C. Went, contrôleur intérimaire
Tél. : 809-429-5050
Télécopieur : 809-436-5036

TRINITÉ-ET-TOBAGO

- 1) Central Bank of Trinidad and Tobago
- 2) 15 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8,5 ans
- 4) Nigel Chrichton, agent des opérations
Investissements et Changes
Tél. : 809-625-4835
Télécopieur : 809-627-4696 ...

EUROPE

Interlocuteur de la SEE : David Hylton, directeur

BELGIQUE

- 1) Générale de Banque
- 2) 10 000 000 \$ CAN
- 3) 4, 6, 8 ou 10 ans
- 4) Paul Jacques, directeur
Division du Commerce international

DANEMARK

- 1) Den Danske Bank
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 2, 3 ou 5 ans
- 4) Stig Moeller Nielsen
Financement des importations et des exportations
Centre de financement du commerce extérieur
Copenhagen Handelsbank, A/S
Tél. : 45-1-12-86-00
Télex : 12186E COCO DK
Télécopieur : 45-1-12-63-93

HONGRIE

- 1) Banque Magyar Nemzeti
- 2) 15 000 000 \$ CAN
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Laszló Urban, premier directeur général adjoint
Affaires bancaires internationales
Tél. : 36-1-153-3535
Télex : 225755
Télécopieur : 36-1-153-1058
- 5) National Bank of Hungary
Tél. : 212-969-9270
Télex : 238180

ITALIE

- 1) Banca Nazionale Del Lavoro
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 2, 3 ou 5 ans
- 4) Vincenzo Sentuti
Tél. : 06-4702-7562
Télex : 680549 BNLFIN 1
- 5) W.A. Galbraith
Vice-président, Affaires bancaires internationales
Tél. : 416-365-7777
Télex : 06218880
Télécopieur : 416-365-0849

NORVÈGE

- 1) Den norske Bank
- 2) 10 000 000 \$ CAN
- 3) jusqu'à 5 ans
- 4) Arild Svensson, directeur général adjoint
Service des Affaires internationales
Tél. : 47-2-48-16-56
Télex : 78175 DNC N

PORTUGAL

- 1) Banco Português do Atlântico
- 2) 4 703 000 \$ US
- 3) 2, 3, 5 ou 7 ans
- 4) Maria Helena Allen Valenoa, directrice régionale
Relations avec les Amériques
Tél. : 351-1-3461321/325036
Télex : 16559 BPA LXP/42944 ILBANK P
Télécopieur : 351-1-321307/3475315
- 5) Alfonso Finocchigro, directeur général régional
Tél. : 212-306-7800
Télex : ITT 428339
Télécopieur : 212-766-8047

ROYAUME-UNI

- 1) Banque de Montréal
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3 ou 5 ans
- 4) Soren Christensen, premier vice-président
Tél. : 44-1-236-3225
Télex : 021-622735
Télécopieur : 44-1-236-7041
- 5) Peter Wren, directeur principal
Développement des produits et Marketing
Financement du commerce extérieur
Tél. : 416-867-5584

TCHÉCOSLOVAQUIE

- 1) Ceskoslovenska Obchodni Banka, A.S.
- 2) 25 000 000 \$ CAN
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Jaroslava Sindelarova, directrice régionale
Tél. : 42-2-232-2981
Télex : 122489
Fax : 42-2-232-3892

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Interlocuteur de la SEE : Didier Delahousse, directeur

ALGÉRIE

- 1) Banque Algérienne de Développement
- 2) 253 000 000 \$ CAN
- 3) 10 ans
- 4) M. Kebir, directeur, Financement extérieur
- 1) Banque Algérienne de Développement
- 2) 3 039 000 \$ US
- 3) 3 à 5 ans
- 4) M. Kebir, directeur, Financement extérieur

ISRAËL

- 1) Banque Hapoalim B.M.
- 2) 9 168 000 \$ US
- 3) 3, 5 ou 7 ans
- 4) Tovi Shpayer, vice-présidente
Commerce extérieur
Tél. : 03-5673416
- 5) Yehoshua Flam, représentant au Canada
Tél. : 514-935-1128
Télex : 5267448
- 1) Banque Leumi Le-Israel B.M.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3, 5 ou 7 ans
- 4) Miriam Salzman, directrice adjointe
Tél. : 03-5148630
- 5) Menachem Inbar, président-directeur général
Tél. : 416-789-3392
Télex : 06-218582
Télécopieur : 416-785-9398

- 1) United Mizrahi Bank Limited
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3, 5 ou 7 ans
- 4) Ephraim Eisenmann, directeur adjoint
Tél. : 03-611218
- 5) Shmuel Messenberg
Premier vice-président à la direction
UMB Bank & Trust Co.
Tél. : 212-541-8070

TUNISIE

- 1) République tunisienne, Ministère du Plan
- 2) 37 123 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Abdelhamid Bouhaouala, directeur
Coopération internationale
Ministère du Plan, Place de la Monnaie

PACIFIQUE ET ASIE DU NORD

Interlocuteur de la SEE : Tom Macdonald, directeur

CHINE (RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE)

- 1) Banque de Chine
- 2) jusqu'à 1 500 000 000 \$ CAN ou l'équivalent en dollars américains ou en devises acceptables*
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Wang Huanbang, directeur général
Deuxième service du crédit
Télex : 22254 BCHO CN
- 5) Zhang Yang
Tél. : 416-362-2991

* Des modalités de financement concessionnel peuvent aussi être envisagées par le gouvernement du Canada par l'entremise de la SEE. Les fonds sont limités, et des critères particuliers s'appliquent.

PHILIPPINES

- 1) République des Philippines
- 2) environ 11 000 000 \$ CAN ou l'équivalent en dollars américains**
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) R. Sibal, sous-secrétaire
Office municipal des projets téléphoniques
Tél. : 63-2-921-89-77
Télex : 67756 TELOP
et
C. Latulipe, deuxième secrétaire, ACDI
Tél. : 63-2-815-95-36
Télex : 63676

** Financement offert en parallèle avec l'ACDI

ASIE DU SUD

Interlocuteur de la SEE : John Balint, directeur

INDE

- 1) Commission du pétrole et du gaz naturel
- 2) 54 700 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) M.C. Nawalkha, Finances
Tél. : (Dehra Dun) 91-27121/27126
(poste 326)
Télex : (Dehra Dun) 0585-206/207
- 1) Indian Oil Corporation Ltd.
- 2) 8 700 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) P. Sugavanam, directeur général adjoint, Finances
Tél. : (Delhi) 91-11-331-6540
Télex : (Delhi) 031-62556/66795

- 1) Oil India Limited
- 2) 8 500 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) K.N. Pal, directeur, Finances
Tél. : 91-11-312-493
Télex : 031-62024 OILD-IN

- 1) Ministère des Affaires économiques
- 2) 5 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) S. Vardhachary, secrétariat conjoint (TC)
Tél. : (Delhi) 91-11-3012881
Télex : 031-66175 FINE-IN

THAÏLANDE

- 1) Banque Siam Commercial
- 2) 25 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Na Bhengbhasang Krishnamra
Premier vice-président et directeur
Affaires internationales et Relations avec les institutions
Tél. : 66-2-256-1305/1304
Télex : 82995/828756-20142
Télécopieur : 66-2-253-6697

- 1) Banque Krung Thai
- 2) 25 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Salisa Nimsomboon, directrice, Marketing
Tél. : 66-2-254-9593
Télex : TH 81179
Télécopieur : 66-2-255-9391

BUREAUX RÉGIONAUX

RÉGION DE L'OUEST

Peter Foran
Vice-président

BUREAU DE VANCOUVER
Bureau 1030
One Bentall Centre
505, rue Burrard
Vancouver (C.-B.)
V7X 1M5
Tél. : (604) 666-6234
Télécopieur : (604) 666-7550

PETER FORAN
Vice-président

BUREAU DE CALGARY
Bureau 1030
510, 5^e rue S.-O.
Calgary (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-6898
Télécopieur : (403) 292-6092

JIM CHRISTIE
Directeur

RÉGION DE L'ONTARIO

Rolfe Cooke
Vice-président

BUREAU DE TORONTO
Bureau 810
Édifice de la Banque Nationale
150, rue York
C.P. 810
Toronto (Ontario)
M5H 3S5
Tél. : (416) 973-6211
Télécopieur : (416) 862-1267

RICHARD McCORKINDALE
Directeur

BUREAU DE LONDON
Bureau 1512
Talbot Centre
148, rue Fullarton
London (Ontario)
N6A 5P3
Tél. : (519) 645-5828
Télécopieur : (519) 645-5580

JAN DVORAK
Directeur de district

RÉGION DU QUÉBEC ET DE L'ATLANTIQUE

Vice-président

BUREAU DE MONTRÉAL
Bureau 2724
800, place Victoria
C.P. 124, Succursale postale
Tour de la Bourse
Montréal (Québec)
H4Z 1C3
Tél. : (514) 283-3013
Télécopieur : (514) 878-9891

JACQUES LACASSE
Directeur

BUREAU DE HALIFAX
Bureau 1003
Édifice de la Banque TD
1791, rue Barrington
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 3L1
Tél. : (902) 429-0426
Télécopieur : (902)
423-0881

STEPHEN DEMPSEY
Directeur

BUREAU DE WINNIPEG
8^e étage
330, avenue Portage
Winnipeg (Manitoba)
R3C 0C4
Tél. : (204) 983-5114
Télécopieur : (204) 983-2187

DOUGLAS GYLES
Directeur

BUREAU D'OTTAWA
151, rue O'Connor
Ottawa, Canada
K1A 1K3
Tél. : (613) 598-2992
Télécopieur : (613) 237-2690

HOWARD McCOURT
Directeur de district

SIÈGE SOCIAL

151, rue O'Connor, Ottawa, Canada K1A 1K3
Tél. : (613) 598-2500 Téléx : 053-4136 Télécopieur : (613) 237-2690

ASSURANCES À L'EXPORTATION

VICE-PRÉSIDENT
Ian Gillespie

DIVISION DES ASSURANCES À COURT TERME
Janice Graves
Directrice générale

DIVISION DES ASSURANCES À MOYEN TERME
Eric Siegel
Directeur général

**SERVICE DE L'ONTARIO
ET DE L'OUEST**
Keith Milloy
Directeur

**SERVICE DU QUÉBEC
ET DE L'EST**
Gerry Bourbonnais
Directeur

**SERVICE DE L'AGRICULTURE
ET DES CRÉDITS DOCUMENTAIRES**
Directeur

RÉGION DE L'OUEST
Ken Dunn
Directeur

RÉGION DE L'EST
Jean Cardyn
Directeur

**SERVICE DE L'ASSURANCE-
INVESTISSEMENT À L'ÉTRANGER**
Robert Rendall
Directeur

Télécopieur : 598-2525

Télécopieur : 598-2780

Télécopieur : 598-2780

Télécopieur : 237-2690

Télécopieur : 237-2690

Télécopieur : 237-2690

FINANCEMENT À L'EXPORTATION

**DIVISION DE L'AFRIQUE,
DU MOYEN-ORIENT ET DE L'EUROPE**
Henri Souquères
Directeur général

DIVISION DES AMÉRIQUES
Don Curtis
Directeur général

DIVISION DE L'ASIE ET DU PACIFIQUE
Mike McLean
Directeur général

**SERVICES CONSULTATIFS
INDUSTRIELS**
Mike Scully
Directeur

SERVICE DE L'AFRIQUE ET DU MOYEN-ORIENT
Didier Delahousse
Directeur

**SERVICE DU MEXIQUE
ET DE L'AMÉRIQUE DU SUD**
June Domokos
Directrice

**SERVICE DU PACIFIQUE
ET DE L'ASIE DU NORD**
Tom Macdonald
Directeur

Télécopieur : 598-2504

SERVICE DE L'EUROPE
Dave Hylton
Directeur

SERVICE DES ÉTATS-UNIS ET DES ANTILLES
Jim Brockbank
Directeur

SERVICE DE L'ASIE DU SUD
John Balin
Directeur

Télécopieur : 598-2503

Télécopieur : 598-2504

Télécopieur : 598-2503

INDEMNISATIONS ET RECOURVEMENTS

HUBERT CHÉNIER
Directeur

Télécopieur : 598-2837

COMPTABILITÉ ET VERSEMENTS DES PRÊTS

HARRY KAUNISVIITA
Directeur

Télécopieur : 598-2514

COMITÉ DE LA HAUTE DIRECTION

PAUL LABBÉ
Président et Chef de la direction

MARTIN BAKKER
Premier vice-président

GLEN HAMMOND
Premier vice-président

BILL MUSGROVE
Vice-président

ROGER PRUNEAU
Premier vice-président

GILLES ROSS
Premier vice-président

BOB VAN ADEL
Premier vice-président

Octroi de licences pour les produits olympiques

L'Atlanta Committee for the Olympic Games (ACOG) fait savoir que les demandeurs de licences devraient exercer leurs activités commerciales comme entrepreneurs principaux auprès de réseaux de distribution bien établis, dans le cadre d'entreprises conjointes ou comme fournisseurs. Les entreprises canadiennes doivent être en mesure de commercialiser leurs licences à compter du 10 août 1992, immédiatement après la fin des Jeux d'été de Barcelone. Afin de maximiser les redevances des sociétés, l'ACOG indique que les demandes seront reçues en mai 1992 et les permis seront accordés à partir de juin 1992, et ce, pour que la vente des produits agréés commence après le 10 août 1992. Dans ce très court délai : (a) les détenteurs actuels de permis au Canada devraient informer l'ACOG et le Trust Olympique du Canada s'ils désirent présenter une demande de permis; (b) les entreprises qui veulent obtenir un permis relativement à un produit non agréé au Canada par le Trust Olympique du Canada devraient présenter une demande à l'ACOG et au Trust Olympique du Canada avant la fin de mai 1992 car l'AGOC étudiera toutes les demandes en juin 1992 - les demandes doivent démontrer que les requérants possèdent des antécédents financiers solides et des réseaux de distribution déjà établis; (c) les entreprises canadiennes qui veulent présenter des demandes de permis à l'extérieur du Canada devraient informer l'ACOG de leurs intentions et, en même temps, amorcer les négociations avec des partenaires étrangers dans les pays tiers où les permis seront commercialisés.

Personnes-ressources : M. Donald Simpson, VP Marketing, Trust Olympique du Canada, 2, avenue StClair ouest, bureau 606, Toronto (Ontario) M4V 1L5; tél. : (416) 967-6681; télécopieur :

(416) 967-4902. Mr. Robert Hollander, Director of Merchandising, ACOG, 250 Williams St, Suite 6000, PO Box 1996, Atlanta, Ga. 30301-1996, USA; tél. :

(404) 224-1629; télécopieur : (404) 224-1997. M. David Peippo, délégué commercial à Atlanta; tél. : (404) 577-6810; télécopieur : (404) 524-5046.

Entreprises recherchées pour participer à un salon de l'ingénierie et de l'industrie alimentaires au Japon

Osaka — On encourage les sociétés canadiennes à participer à "deux salons à la fois", auxquels le consulat général du Canada à Osaka tiendra un kiosque d'information.

Le 6th Japan International Food Engineering & Industry Show (6th JIFES) (6e salon international de l'ingénierie et de l'industrie alimentaires au Japon), qui aura lieu du 23 au 26 octobre 1992, présentera des machines et de la technologie de transformation, d'emballage, de manutention de matières, ainsi que des aliments transformés. En général, la participation à cette manifestation permet aux entreprises d'établir de meilleures relations et communications avec les fabricants, les distributeurs et les consommateurs de produits alimentaires. Elle les aide aussi à se tenir au courant des dernières tendances sur ce marché japonais lucratif.

Ces tendances de marché indiquent que :

- le marché des aliments "à réchauffer et servir" prend de l'expansion en raison de l'augmentation du nombre de familles à deux revenus;

- la cuisine occidentale (les plats cuisinés et les casse-croûte ainsi que les plats servis dans les restaurants et les restaurants-minutes) devient de plus en plus appréciée; et

- le secteur des hôtels et de l'hébergement au Japon devient de plus en plus internationalisé.

L'emplacement du salon jouera également un rôle important pour les

entreprises qui tentent de percer sur ce marché ou d'y étendre leurs activités : Osaka, qui compte 22 millions d'habitants, occupe la deuxième place au Japon comme centre industriel, financier et commercial. Son économie est presque équivalente à celle du Canada (c.-à-d. 3 % du PIB mondial).

JIFES, salon spécialisé de machines pour l'industrie alimentaire, d'aliments transformés et de technologie industrielle connexe, se tient tous les deux ans.

En 1990, il a attiré 443 exposants, dont 109 sont venus de 15 pays d'outre-mer. En 1992, on prévoit que la manifestation attirera un nombre égal ou supérieur d'exposants ainsi que 120 000 visiteurs.

En général, les aliments exposés sont principalement de la viande transformée, de la volaille et des fruits de mer; des produits laitiers et des produits à base de sucre; des machines de confiserie et de boulangerie; des machines de cuisine; des machines de transformation des aliments; et des machines pour l'emballage des produits alimentaires et la manutention des matières.

Pour se renseigner sur la manière de participer à JIFES, communiquer avec Greg Bates, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8619. Télécopieur : (613) 943-8286.

A Mediaville, le kiosque d'information du Canada visera le marché de la câblodistribution en France

Toulon — Un kiosque d'information du Canada qui a pour objet d'aider les entreprises canadiennes de câblodistribution à percer sur le marché de la câblodistribution en France sera établi à Mediaville'92, qui se tiendra du 2 au 4 juin à Toulon, en France.

C'est la deuxième année que le profil des programmes, du matériel et des experts-conseils canadiens dans le domaine de la télévision sera établi à Mediaville, où le thème de cette année sera "La câblodistribution en 1992 : nouvelles initiatives et responsabilités".

Les organisateurs du kiosque d'information - Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, le ministère des Communications et l'ambassade du Canada à Paris - disent que pour pénétrer le marché de la câblodistribution en France, il faut avoir de l'argent et être patient et persévérant - mais le rendement vaut la peine.

Plast-Imagen'92 au Mexique

Mexico — Les sociétés canadiennes peuvent exposer leurs produits, du 7 au 11 septembre, au pavillon national du Canada à Plast-Imagen'92, l'une des foires commerciales les plus grandes et les plus importantes qui se tiennent chaque année à Mexico.

Après la foire, les participants peuvent aller, dans le cadre d'une mission commerciale, à Bogota et à Cali (Colombie), où le personnel commercial de l'ambassade du Canada organisera des rencontres avec des personnes clés de l'industrie colombienne du plastique.

C'est la troisième année consécutive que le Canada sera présent à Plast-Imagen'92 avec un pavillon national. L'année dernière, 17 sociétés canadiennes sur plus de 200 exposants venus de 15 pays ont participé à la manifestation.

Elles ont appris qu'avec plus de 3 000 entreprises oeuvrant au Mexique dans l'industrie du plastique, il existe de nombreux débouchés pour les sociétés

Ils font également remarquer que les entrepreneurs français, qui considèrent le Canada comme un modèle, recherchent des partenaires canadiens.

De plus en plus, les réseaux de câblodistribution en France offrent un service de base complété par des options à valeur ajoutée. Avec l'introduction de Visiopass, un désembrouilleur intelligent, la télévision payante par émission est devenue une réalité.

De plus, des modifications importantes sont apportées aux politiques gouvernementales relatives à la câblodistribution en France, et l'on s'efforce de résoudre les problèmes de pénétration du marché qui se sont posés par le passé.

Au cours des derniers mois, on accorde la priorité à la fourniture de la

câblodistribution à tous les foyers par les moyens traditionnels, dans un "contexte commercial viable". Par ailleurs, les frais d'abonnement inférieurs ont entraîné une augmentation du nombre d'abonnés au câble, qui a atteint 820 000 en février 1992 - c.-à-d. une augmentation de 50 % par rapport à l'année précédente.

Les sociétés qui désirent exposer, faire des exposés, visiter Mediaville'92 ou se renseigner sur le secteur de la câblodistribution en France peuvent contacter Gary Luton, Service commercial, ambassade du Canada, Paris, télécopieur : (011-33-1) 47.20.19.44, tél. : (011-33-1) 47.23.01.01; ou Patrick Julien, Coopération technique internationale, ministère des Communications, Ottawa. Télécopieur : (613) 990-8320. Télécopieur : (613) 990-4211.

Foires commerciales au Venezuela et à Porto Rico

Amérique du Sud/Porto Rico - Des sociétés canadiennes spécialisées dans les domaines des télécommunications et de l'informatique doivent s'inscrire maintenant pour exposer de la documentation et des brochures sur leurs produits à l'une ou l'autre des foires commerciales qui auront lieu au Venezuela et à Porto Rico, cet automne.

Les entreprises pourraient aussi avoir leur propre stand - auquel cas elles devraient envisager de présenter une demande dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Voici les manifestations, les dates et les lieux :

Inforven'92 - 29 septembre - 2 octobre. Caracas (Venezuela).

Caribecom'92 - 7-9 octobre. San Juan (Porto Rico).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la façon d'exposer de la documentation ou des brochures sur des produits ou d'avoir un stand à ces foires commerciales, communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

qui veulent percer sur ce marché ou y étendre leurs activités.

Les entreprises qui désirent participer ou obtenir d'autres renseignements sur Plast-Imagen'92 peuvent communiquer avec Jon Dundon, Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125,

prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921.

Pour obtenir des informations commerciales précises sur le Mexique, s'adresser à Marcel LeBleu au (613) 995-8804; pour des renseignements sur la Colombie, contacter Georges Lemieux au (613) 996-5548. On peut communiquer avec ces trois personnes au numéro de télécopieur suivant : (613) 943-8806.

Le Japon - Foires et missions commerciales

Voici, dans l'ordre alphabétique, par secteur et selon l'ordre chronologique, une liste des projets principaux de promotion 1992-1993 au Japon, auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces manifestations et sur la façon de participer, veuillez communiquer avec les agents commerciaux indiqués, en utilisant le numéro de téléphone fourni ou le numéro de télécopieur suivant : (613) 943-8286.

AÉRONAUTIQUE

• **Mission à l'étranger dans le domaine des produits de sécurité** - Tokyo, Osaka et Hong Kong - Mai 1992. On mettra l'accent sur les produits de sécurité des aéroports et des établissements.
Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

• **Séminaire à l'étranger sur les programmes de formation relative à l'aviation et aux aéroports** - Japon - Octobre 1992 (Mission à l'étranger). On mettra l'accent sur les débouchés dans le domaine de la formation en aéronautique.
Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES ET FRUITS DE MER

• **Mission canadienne relative au capelan** - Japon - Mai et juin 1992. On mettra l'accent sur le marché du capelan au Japon.
Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon des services d'alimentation** - Japon - Kiosque d'information - Septembre 1992. On mettra l'accent sur les secteurs des hôtels, des restaurants et des établissements.
Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

• **Salon international de l'alimentation d'Osaka** - Osaka - Kiosque d'information - Octobre 1992. On mettra l'accent sur les produits

alimentaires et le matériel de transformation des aliments.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

• **Foodex 93** - Japon - Aire d'information centrale - Mars 1993. On mettra l'accent sur les aliments transformés.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

• **Exposition individuelle des produits alimentaires de Kansai au printemps** - Osaka - Exposition individuelle - Mars 1993. On mettra l'accent sur les produits alimentaires transformés et semi-transformés.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

INDUSTRIES BIOLOGIQUES ET PRODUITS POUR LES SOINS DE SANTÉ

• **Séminaire sur la biotechnologie** - Osaka - Août 1992. Il coïncide avec Bio-Japan, à Yokohama.

Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

• **Mission à l'étranger relative au Système d'information géographique** - Japon - Octobre et novembre 1992. On mettra l'accent sur tous les aspects des systèmes d'information géographique.

Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

• **Salon canadien des produits destinés aux personnes âgées** - Exposition individuelle - Mars 1993. On mettra l'accent sur les produits de soins de santé et les services destinés aux personnes âgées.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

PRODUITS GRAND PUBLIC

• **Salon international des cadeaux de Kobe** - Osaka - Kiosque d'information - Septembre 1992. On mettra l'accent sur les articles cadeaux, les produits artisanaux, etc.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon international des bateaux de Kobe** - Osaka - Kiosque d'information - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les bateaux de plaisance, les canots, les kayaks et les petites embarcations de pêche.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon individuel des produits de plein air (villégiature et loisirs)** - Osaka - Kiosque d'information - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les articles de sport et les produits de loisirs en plein air.
Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon international des meubles de Tokyo** - Tokyo - Kiosque d'information - Décembre 1992. On mettra l'accent sur les meubles (de tous genres).

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon international des articles cadeaux de Tokyo** - Tokyo - Kiosque d'information - Février 1993. On mettra l'accent sur les articles cadeaux, les produits artisanaux, etc.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

INDUSTRIES DES PRODUITS FORESTIERS ET DE LA CONSTRUCTION

• **Foire commerciale internationale de l'habitation de Kobe** - Osaka - Kiosque d'information - Juin 1992. On mettra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Mission japonaise de Kansai au National Home Show**, dans le domaine des produits 2 sur 4, constructeurs de maisons (R 2000) - Japon - Septembre 1992. On mettra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Foire internationale de l'habitation** - Japon - Kiosque d'information - Octobre 1992. On

(suite page 12)

LE JAPON - 1992 et 1993

metra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Salon individuel des produits de construction de Kansai - Osaka - Exposition individuelle - Octobre 1992.** On mettra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Salon canadien individuel des maisons en bois rond - Exposition individuelle - Novembre 1992.** On mettra l'accent sur les maisons en bois rond et les produits grand public de plein air.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Salon du granite - Tokyo et Nagoya - Exposition individuelle - Novembre**

1992. On mettra l'accent sur les produits en granite.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Mission dans le domaine de l'aménagement des lieux de villégiature - Japon - Mission à l'étranger - Novembre 1992.** On mettra l'accent sur l'aménagement des lieux de villégiature.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

INFORMATIQUE

• **Salon de l'électronique du Japon - Osaka - Kiosque d'information - Octobre 1992.** On mettra l'accent sur l'informatique et les produits électroniques.

Personne-ressource : Sandra Neidy (613) 996-2460

• **Mission et séminaire à l'étranger dans le domaine des logiciels pour gros ordinateurs - Japon - Mission à l'étranger - Janvier 1993.** On mettra l'accent sur les logiciels pour gros ordinateurs.

Personne-ressource : Sandra Neidy (613) 996-2460

INDUSTRIES DU TRANSPORT (AUTOMOBILES)

• **Mission au Japon, relative aux pièces d'automobiles - Japon - Mission à l'étranger - Octobre 1992.** On mettra l'accent sur les pièces d'automobiles. Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

AU CALENDRIER

Vancouver — 29 mai; **Montréal** -10 juin; **Toronto** - 11 juin - Canadian Women Doing Business in Asia présentera les résultats d'une récente étude réalisée à travers le pays. Ce séminaire d'une demi-journée donnera plusieurs conseils pratiques concernant les réseaux d'occasions d'affaires et pour réussir en Asie. Pour plus d'information, communiquer avec Linda Peach, Vancouver. Tél.: (604) 666-1426. Télécopieur: (604) 666-8330.

Ottawa — 3-4 juin - Les neuvièmes Consultations annuelles du secteur privé avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI) fourniront des renseignements au secteur privé sur la nouvelle orientation de l'ACDI, le Fonds de développement du secteur privé, les méthodes stratégiques de collaboration avec les organismes non gouvernementaux afin de remporter de nouveaux contrats et la manière de traiter avec l'ACDI et les

banques multilatérales. Les Prix canadiens d'excellence pour l'apport du secteur privé au développement international 1992 seront aussi décernés. Communiquer avec M. George Rogerson, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél.: (613) 238-8888, poste 234. Télécopieur: (613) 563-9218.

Ottawa — 11 juin - Le Forum for Industrial Participation traitera de sujets reliés à l'examen de la politique en matière d'avantage industriel régional au Canada, au Comité sur la prospérité et la compétitivité industrielle et aux possibilités de vente à l'OTAN. Pour s'inscrire ou obtenir d'autres informations, communiquer avec Bob Brown à Ottawa. Tél.: (613) 733-0704. Télécopieur: (613) 741-6013.

Ville de Québec — 11-15 juillet - 10e Conférence nord-américaine des champignonnistes. Les sujets traités comprendront le marketing par-

ticulier aux champignons et la façon de vendre un produit dans un secteur concurrentiel où quelques producteurs vendent des champignons mais ne contrôlent pas le marché. Pour plus d'information, communiquer avec l'Association des champignonnistes du Canada, à Ottawa. Tél.: (613) 226-4187. Télécopieur: (613) 226-2984.

St-John's — 23-25 juin - La 8th Annual Onshore-Offshore Petroleum Exhibition (8e exposition annuelle du pétrole exploité à terre et en mer) sera accessible au public, aux sociétés et aux visiteurs qui oeuvrent dans le domaine de l'exploration et du développement des réserves d'hydrocarbures au large de la côte est du Canada, ou qui s'intéressent à ce domaine. Pour tout renseignement sur l'exposition, prendre contact avec Atlantic Expositions Ltd. (Terre-Neuve). Tél.: (709) 651-3315. Télécopieur: (709) 256-4051.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Postage paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CAI
EA
C16F
1992
v. 13
L. 13
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

AMAD EXPORT

Dept. External Affairs
n. des Affaires extérieures

MAY 27 1992

1^{er} juin 1992

Le secteur pétrolier est florissant et prometteur en Arabie Saoudite

L'entreprise pétrolière nationale d'Arabie Saoudite, ARAMCO, accélère son programme d'expansion de 25 milliards de dollars (US).

Elle continuera à dépenser dans le cadre de grands projets d'immobilisations au moins pendant les deux prochaines années car elle s'efforce d'accroître sa production actuelle de 8 millions à 10 millions de barils par jour.

Le programme d'expansion d'ARAMCO et les projets connexes dans le secteur pétrochimique font de

l'Arabie Saoudite un marché attrayant pour les exportateurs canadiens de produits, de services et de technologie.

DANS CE NUMÉRO	
Débouchés et foires à Cuba	3
Recouvrement des dettes	4
L'ANASE et le Mexique	9
Foires commerciales	10-11
Publications et calendrier	12

Le plan d'ARAMCO demeure le pivot de l'expansion dans la province de l'Est. Bien qu'il soit difficile d'obtenir les chiffres exacts du budget, on peut s'attendre raisonnablement à ce qu'ARAMCO dépense 25 milliards de dollars (US) sur son programme d'expansion d'ici la fin de ce siècle. Bien entendu, cette estimation devrait être modifiée si l'Arabie Saoudite se trouvait obligée de changer sa stratégie et de limiter la production en réponse à une diminution considérable de la demande.

Les dépenses engagées dans l'exploration, les installations de production, la remise à neuf des raffineries et les installations de transport atteindront un total d'au moins 6,8 milliards de dollars (US) en 1992.

Voici les prochains grands projets ainsi que leurs coûts estimatifs :

- Expansion et remplacement de la plateforme fixe à South Safaniya - 300 millions \$ US;
- Éjection de gaz par tube à Berri - 250 millions \$ US;
- Éjection de gaz à South Safaniya - 325 millions \$ US;
- Injection d'eau à South Hawiyah - 150 millions \$ US;
- Remise à neuf de la raffinerie à Ras Tanura. La valeur totale des travaux sur plusieurs années est estimée à plusieurs milliards de dollars.

ARAMCO a conclu des marchés avec trois grandes entreprises américaines d'ingénierie afin que celles-ci gèrent les programmes. Fluor Daniels est

Suite à la page 2 — Pétrole

Nouveaux règlements d'étiquetage des aliments aux États-Unis

Les exportateurs canadiens de produits alimentaires vers les États-Unis (É.-U.) devront réimprimer les étiquettes sur tous leurs produits alimentaires emballés et transformés, vendus aux É.-U.

Cette mesure doit être prise pour se conformer aux nouveaux règlements relatifs à l'emballage des aliments aux É.-U., rendus obligatoires par la U.S. Food and Drug Administration (FDA).

L'entrée en vigueur des nouvelles exigences en matière d'étiquetage offrira des débouchés commerciaux aux exportateurs canadiens, et ce, parce que les imprimeurs aux É.-U. ne sont pas capables de satisfaire à la demande que la production d'un tel volume requiert.

La FDA estime que les nouveaux règlements affecteront les produits distribués par 17 000 entreprises de transformation d'aliments, supermarchés, grossistes, restaurants et autres magasins d'alimentation.

Les étiquettes pour 257 000 différents produits seront affectées, ce qui signifie que des milliards d'étiquettes indivi-

duelles, de boîtes, d'emballage par rétraction et d'autres emballages seront requis.

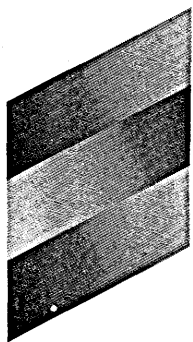
Pour aider les fournisseurs canadiens éventuels qui sont en mesure de satisfaire à cette demande, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) peut fournir une liste des organismes d'alimentation aux É.-U. et au Canada, qui représentent des sociétés de transformation des aliments. Ces organismes possèdent les nouvelles spécifications relatives à l'emballage.

Les imprimeurs canadiens devraient ensuite communiquer avec ces organismes afin d'obtenir les noms des entreprises-membres visées par les règlements ou de déterminer comment elles abordent la question.

Pour obtenir une liste des associations, communiquer avec M. Ted Weinstein, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 991-9479.

VENEZUELA
Voir supplément pages 5 à 8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Pétrole

(suite de la première page)

chargée de la région nord; Parsons est chargée des régions sud; et Lummus-Crest est chargée de maintenir la capacité de production. Ces entrepreneurs exécutent, eux-mêmes, un volume considérable des travaux. Toutefois, d'autres sociétés peuvent encore soumissionner bon nombre des contrats d'ARAMCO.

Récemment, Vela International Marine Ltd., une filiale d'ARAMCO, a commandé trois navires-citernes du type très grand transporteur de brut au AP Moller Group danois; ces navires seront livrés en 1994 et 1995. Cela fait partie de la stratégie d'entreprise d'ARAMCO, qui consiste à réaliser l'intégration verticale entière, de la tête de puits à la pompe. Dans le cadre de cette stratégie, ARAMCO a conclu des accords de raffinage à l'étranger avec des entreprises coréennes. ARAMCO détient la moitié des actions dans les firmes de raffinage et de marketing de Texaco sur la côte est d'Amérique du Nord. Elle négocie des accords semblables avec des entreprises européennes et japonaises.

Dans le Royaume, le secteur pétrochimique croît aussi rapidement. La société d'État Saudi Arabian Basic Industries Corporation (SABIC), avec l'aide de partenaires étrangers, a développé une industrie chimique moderne dans la ville industrielle de Jubail, dans

la province de l'Est.

Des quantités considérables de plastiques, d'aliments pour animaux, d'engrais, de gaz industriels et d'autres produits pétrochimiques sont produites.

SABIC compte mettre en oeuvre un programme d'expansion de la production valant environ 2 milliards de dollars (US). Par exemple, dans le cadre d'une entreprise conjointe entre SABIC et la Taiwan Fertilizer Company, on

«De nombreuses possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes qui pourraient participer à l'essor économique dans la province de l'Est.»

envisage d'exécuter un projet de 350 millions de dollars (US) à Jubail pour produire du diméthyl d'hexanol. Un projet de 153 millions de dollars (US) est en cours d'exécution; il permettra d'augmenter la production de polyéthylène dans l'usine de la société Eastern Petrochemicals Co., à Jubail.

De nombreuses possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes qui pourraient participer à l'essor économique dans la province de l'Est. Le gouvernement saoudien et ARAMCO veulent

conclure des marchés avec un bassin accru de fournisseurs afin de ne plus dépendre excessivement d'un groupe central de grandes entreprises américaines d'ingénierie.

Dans la province de l'Est, plusieurs grandes entreprises commerciales qui possèdent de l'expérience dans les affaires avec ARAMCO désirent fortement conclure des accords d'entreprises conjointes avec des sociétés canadiennes. L'expansion de SABIC offre des débouchés aux entreprises canadiennes spécialisées dans la gestion des déchets et la technologie pétrochimique.

Pour tout autre renseignement, communiquer avec :

(Le bureau de Houston est chargé des achats pour l'hémisphère occidental.) ARAMCO Services Company, Vendor Liaison Unit, Purchasing and Traffic Department, 9009 West Loop South, Houston, Texas, USA 77096. Tél. : (713) 432-4406.

(Le bureau de Dhahran est chargé des achats pour le Moyen-Orient.)

Saudi Arabian Oil Company, Vendor Liaison Unit, Building 3124, Room 12, c/o MSB, Box 87, Dhahran 31311, Saudi Arabia. Tél. : 966-3-875-5820.

Stephen Wilson, délégué commercial, Ambassade du Canada, P.O. Box 94321, Riyadh 11693, Saudi Arabia. Tél. : 011-966-1-488-2288. Télécopieur : 011-966-1-488-0137.

Kapil Madan, délégué commercial adjoint, Direction de l'expansion du commerce au Moyen-Orient (GBTE), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 990-5984. Télécopieur : (613) 990-7431.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamorsé

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise qui fabrique du matériel de traitement de l'air (filtres, séparateurs, ventilateurs), ainsi que du matériel de transport et de désulfuration désire établir une relation de coopération avec un partenaire étranger, y compris de la production conjointe et possible-ment du transfert de technologie. Communiquer avec Stanislav Kazecky, directeur, Zavody na Vyrobu Vzdychotechnických Zariadení, 399 25 Milevsko, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 368) 81-2661. Télécopieur : (0042 368) 3570.

ARGENTINE — Une entreprise minière désire entrer en contact avec des investisseurs canadiens (environ 250 000 \$) intéressés à développer et à exploiter une mine de borax dans la région nord-est du pays. Communiquer avec Hugo V. Barros, Canteras Fray M. Esquiú, La Carrera, Fray Mamerto Esquiú, 4700 Cañamarca, Argentina. Tél./Télécopieur : 54-833-25507.

KOWEIT — Une entreprise de publication, de publicité, d'aide pour l'obtention de visas, d'aide aux visiteurs, de location d'automobiles et de matériaux de construction est en mesure de représenter des sociétés canadiennes qui désirent faire des affaires sur les marchés du Koweït et du Golfe. S'adresser à Faisal Al Khadra, Al-Siyouf Al-Thahabiya, P.O. Box 472 Hawailli, Kuwait. Télécopieur : 2446623 Kuwait.

CUBA : Calendrier des manifestations commerciales en 1992-1993

L'ambassade du Canada à La Havane (Cuba) participera à un certain nombre de foires commerciales (énumérées ci-dessous) qui auront lieu sur cette île des Antilles en 1992-1993.

D'après les agents commerciaux de l'ambassade, la participation à de telles manifestations est extrêmement utile tant aux exportateurs actuels qu'éventuels; elle leur permet de se familiariser avec le marché, d'en évaluer le potentiel et de rencontrer des décideurs clés.

- **ALIMEXPO'92** — 16-21 septembre — Foire commerciale axée sur l'industrie de transformation des aliments (machines), l'utilisation de nouvelles sources d'énergie et l'industrie de l'emballage.
- **Foire internationale de La Havane** — 2-8 novembre 1992 —
- **La santé pour tous** — Avril 1993 — Foire commerciale spécialisée dans les fournitures et le matériel de soins médicaux et pour hôpitaux.
- **Quimindustria'93** — 11-14 mai — Exposition de matériel, de technologie,

de produits et de services destinés à l'industrie chimique.

• **Tecnotur'93** — 19-25 mai — Foire commerciale internationale de technologie, de conception de projets, de produits et de matériel destinés à l'industrie hôtelière et touristique.

• **Foire commerciale de matériel usagé** — 22-26 juin 1993.

Ces foires commerciales couvrent les produits, le matériel et les services considérés prioritaires dans les programmes d'importation de Cuba, et elles attirent des acheteurs qui profitent de la présence de fournisseurs étrangers pour négocier des contrats.

Les exportateurs qui désirent obtenir d'autres renseignements sur ces foires, sur les coûts de la participation ou sur des possibilités particulières d'exportation à Cuba doivent communiquer avec le service commercial, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa K1N 8T7. Tél. : (011-53-7) 33-2516/17/27. Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Télex : (Code de destination : 28) 51-1586.

Contrats décrochés

CAE Electronics, à Toronto, a obtenu un contrat de 8 millions de dollars attribué par l'Electric Supply Board (ESB) de Dublin (République d'Irlande) pour mettre au point et fabriquer des simulateurs pleine envergure de centrales électriques alimentées au combustible fossile. **CAE Electronics** est la seule société qui a fabriqué des simulateurs pleine envergure de centrales électriques destinés aux trois types de réacteurs couramment utilisés en Amérique du Nord.

Les entreprises **SHL Systemhouse Inc.** (dont le siège social est à Ottawa) ont décroché des contrats d'une valeur totale de 15 millions de dollars pour mettre au point, construire et mettre en service un système de visualisation des docu-

ments (6 millions de dollars) à l'intention d'un organisme des Nations Unies; pour mettre au point, développer et mettre en service un système informatisé de gestion de la construction (6,3 millions de dollars) destiné à l'Ohio Department of Transportation; et pour fournir des services d'informatique et d'impartition (2,7 millions de dollars) au District of Columbia Department of Human Services.

Lovat Tunnel Equipment Inc., à Etobicoke, a reçu une commande pour mettre au point et fabriquer une foreuse blindée (7,4 m) de tunnel dans la roche dure, qui servira à creuser des tunnels doubles pour le métro de Paris.

Le chèque est dans le courrier en provenance des É.-U.

Par Bob Corson qui est un spécialiste dans le recouvrement des dettes commerciales sur la scène internationale. Il travaille avec la firme Milliken & Michaels au Delaware.

Avec l'accroissement des possibilités d'exporter aux États-Unis, les sociétés canadiennes courent de plus en plus le risque d'éprouver des problèmes de recouvrement des créances. Les propriétaires d'entreprises et les administrateurs de crédit sont couramment obligés de prendre des décisions fondées sur des antécédents mal connus en matière de crédit. Dans de nombreux organismes, les décisions ayant trait au crédit sont prises ou influencées par le service des ventes, ce qui rend les pertes plus probables. Voici quelques suggestions qui vous permettront d'éviter des problèmes de recouvrement.

INDICES AVANCÉS

- Le client présente un rapport de solvabilité marginal
- Il enfreint les conditions, évite le contact, enfreint la première promesse, trouve que le produit ou service est défectueux

MESURES I

- Documents relatifs à la fraction non amortie du coût en capital, garanties personnelles, garanties d'entreprise
 - Lettre de réclamation de 10 jours
- Recherche sur l'actif et le passif

DRAPEAU ROUGE

- Le client ignore la lettre de réclamation finale de 10 jours, enfreint la deuxième promesse, ignore le troisième appel téléphonique, refuse de signer une garantie personnelle, refuse de payer au moment de la livraison

MESURES II

- Réclamer le recouvrement

DÉSASTRE

- Le client débranche les téléphones, retourne le courrier, refuse le courrier certifié, fraude, liquidation bancaire, débiteur sans adresse

MESURES III

- Amorcer un dépistage des débiteurs
- Envisager le litige

PRÉVENTION

Le meilleur moment pour s'assurer un taux de recouvrement exceptionnel, c'est avant d'accorder du crédit à un client éventuel. Un conflit potentiel existe : autant de ventes possibles à autant de clients que possible tout en vous protégeant des pertes sur créance. Cela entraîne des objectifs contradictoires entre le crédit de votre entreprise et le service des ventes.

Outre les contrats standard, les ententes, les garanties personnelles, les bons de commande et d'autres documents particuliers à votre industrie, afin d'empêcher ces pertes éventuelles, il est important qu'une demande de crédit soit remplie et qu'un rapport de solvabilité soit établi par un service d'évaluation du crédit, avant la vente. De nombreuses maisons de crédit et de recouvrement garantissent leurs rapports et effectuent le recouvrement gratuitement relativement aux sociétés auxquelles elles vous recommandent d'accorder du crédit.

CONNAÎTRE LES INDICES D'AVERTISSEMENT VITAUX

Tout comme le fait de connaître les signes précurseurs d'un ouragan peut vous permettre de protéger votre maison, le fait de connaître les indices des problèmes de crédit et de recouvrement de créances peut vous permettre de protéger votre entreprise.

NE RISQUEZ PAS LES PROFITS DE VOTRE ENTREPRISE!

Lorsqu'un client éprouve des difficultés, vous ou votre agence de recouvrement devez déterminer le plus tôt possible la nature exacte du problème. S'agit-il d'une période de difficultés financières provisoires ou est-ce la faillite de votre client? Ce dernier est-il incapable de payer ou refuse-t-il de payer? Selon les réponses, vous pouvez prendre les mesures appropriées en vue de recouvrer vos fonds et de

conserver le client. Les agences de recouvrement des dettes, qui emploient du personnel d'enquête sur le terrain, peuvent vous aider à obtenir cette information en effectuant des évaluations et en engageant des discussions avec les décideurs, sur les lieux. Le litige devrait être considéré comme l'outil de recouvrement de dernier recours. En séparant ceux qui refusent de payer et ceux qui sont incapables de payer, vous minimiserez l'utilisation du litige. Votre service de recouvrement des dettes devrait être en mesure d'effectuer une recherche globale sur l'actif et le passif afin de vous aider à déterminer s'il faut avoir recours au litige.

À cause du climat commercial dans le monde d'aujourd'hui, une entreprise peut être comme un navire dans une tempête, se débattant dans une mer de faillites. Le fait de connaître les indices d'un désastre potentiel et de prendre les mesures appropriées peut vous aider à remettre votre entreprise sur la bonne voie sans subir de dommages.

RESTITUTION ET RECOUVREMENT

Le véritable coût des radiations est la perte des profits futurs provenant du client. Chaque mois qu'un client est en suspens de crédit est un mois où vos portes sont fermées à un client établi. En outre, bon nombre de vos clients réguliers refusent de passer d'autres commandes à cause de leurs soldes en souffrance auprès de votre entreprise.

La procédure servant à acquérir le client de nouveau doit être suivie rapidement et professionnellement pour permettre à votre personnel de vente de revendre dans le cadre de nouvelles lignes directrices. Le fait de compter sur des appels téléphoniques ou des lettres de relance est susceptible de prolonger le problème et de pousser le client à s'approvisionner chez les concurrents.

*Des débouchés dans plusieurs domaines***Le Venezuela est prêt à faire affaire avec le Canada**

L'agitation sociale et politique qui a sévi plus tôt cette année a peut-être incité les exportateurs canadiens à ne pas envisager de conclure des ententes commerciales avec le Venezuela. Ces inquiétudes ne sont pas fondées. En fait, les affaires suivent leur cours et il existe de nombreux débouchés commerciaux pour les exportateurs canadiens. Le Venezuela a été et est toujours l'une des plus importantes destinations des exportations canadiennes sur le marché de l'Amérique latine et des Antilles.

Après le Mexique et le Brésil, le Venezuela est le plus important partenaire commercial du Canada dans cette

région et, en 1991, le total du commerce bilatéral s'est élevé à 782 millions de dollars. En 1991, la balance commerciale était favorable au Venezuela, mais avec la nouvelle libéralisation des importations et les règlements relatifs à la privatisation que le gouvernement vénézuélien ne cesse d'adopter, les exportateurs canadiens auront un meilleur accès à ce marché.

Historiquement, les produits que le Canada exporte vers le Venezuela sont le blé, le papier journal, la pâte de bois, les véhicules automobiles et les pièces de véhicules automobiles, ainsi que les turbines à gaz et leurs pièces. Il existe cependant d'autres domaines qui offrent des débouchés prometteurs (voir *Secteurs qui offrent des débouchés p. 6*).

En 1991, les exportations de ces articles seulement se sont élevées à 222 millions de dollars. Parallèlement, les exportations de produits manufacturés au Canada — reliés en particulier aux transports et à l'environnement — ont augmenté de façon notable.

À ce propos, le Canada et le Venezuela ont établi des rapports spéciaux et importants dans des projets ayant trait à l'environnement. Depuis 1988, la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a fourni un financement global de 130 millions de dollars pour des projets relatifs à l'irrigation, au traitement de l'eau et des eaux usées au Venezuela. En outre, des entreprises canadiennes sont en train de préparer des projets supplémentaires dont la valeur globale s'élève à 350 millions de dollars, la valeur de presque 30 % de tous les projets actuellement en voie de négociation par des entreprises canadiennes dans ce pays.

Le ministère de l'environnement du Venezuela a déjà déterminé et analysé les besoins du pays en matière de concentrations urbaines, de préservation et d'assainissement des eaux intérieures et côtières; d'exploitation des forêts et d'autres ressources naturelles, de trans-

port intermodal ainsi que de parcs et de réserves touristiques.

Entre autres changements, le gouver-

Séminaires sur le pétrole et le gaz

Bariven, la centrale d'achat de Petroleos (PDVSA) de Venezuela, une compagnie pétrolière de l'envergure de Exxon Corporation, présentera des ateliers à **Calgary**, le 15 juin à **Toronto**, le 18 juin et à **Montréal**, le 19 juin. Pour participer, communiquez avec la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél.: (613) 992-0384. Télécopieur: (613) 943-8806.

nement du Venezuela, conformément à la plus récente entente sur les tarifs douaniers et le commerce du Pacte andin — et avant son entrée en vigueur — a réduit, à partir du 23 mars 1992, les tarifs douaniers sur certains produits en fonction de leur catégorie de valeur ajoutée.

Parmi ces produits on retrouve les matériaux bruts (maximum 5 p. 100), les produits intermédiaires (10 ou 15 p. 100) et les produits finis (maximum 20 p. 100). En outre, tous les permis d'importation ont été abolis. Cette décision peut être interprétée comme un signe de l'engagement du gouvernement à maintenir sa politique commerciale libérale et non protectionniste.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec François Laberge, Direction du commerce dans les Antilles et en Amérique Latine (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 943-8807. Télécopieur: (613) 943-8806.

STATISTIQUES SUR LES EXPORTATIONS-IMPORTATIONS CANADA-VENEZUELA (en milliers de \$CAN)	
EXPORTATIONS AU VENEZUELA	
Blé	93775
Papier journal	49258
Pâte de bois	24259
Pièces de véhicules automobiles	21335
Camions et véhicules de construction (bulldozers, etc.)	19159
Pièces de turbines à gaz	14572
Interrupteurs	
Pois, fèves et lentilles	8849
Produits de papier	7293
Pommes de terre	6428
Produits du fer ou de l'acier	4078
Somme partielle	249006
Autres	51001
Total des exportations	300007
IMPORTATIONS DU VENEZUELA	
Pétrole	446629
Réservoirs et citernes	14876
Aluminium et produits de l'aluminium	5071
Pièces de véhicules automobiles	3878
Mélanges hydrocarbonés (asphalte naturelle)	3292
Disjoncteurs	1580
Carreaux et appareils de céramique	1368
Fruits et café	969
Produits du fer ou de l'acier	300
Somme partielle	477963
Autres	3598
Total des importations	481561

Secteurs qui offrent des débouchés identifiés

Agro-alimentaire

Les possibilités accusent une hausse considérable depuis que le Venezuela s'est joint à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), en 1990, et depuis l'ouverture de son marché de l'importation.

Par ailleurs, un programme de coopération entre les institutions, auxquels participent Agriculture Canada et le ministère vénézuélien de l'agriculture, aidera à promouvoir la technologie canadienne reliée à ce secteur.

Technologie de l'information et produits électroniques

La demande de matériel et de services de télécommunications de haute technologie s'accroîtra à cause de la privatisation de la société locale de téléphone. Il sera également nécessaire d'investir pour améliorer la qualité des services, ce qui résultera aussi en une augmentation de la demande de services d'information spécialisés et de matériel connexe.

Produits et services pétroliers et gaziers

Le Venezuela a mis sur pied un programme visant à augmenter considérablement sa production pétrolière et gazière. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre un financement à l'égard des achats de produits et services canadiens par la société pétrolière d'État. En outre, un projet proactif de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) aidera à faciliter le transfert de la technologie et les entreprises conjointes propres à ce secteur.

Mines, métaux et minéraux : produits et services

Des modifications apportées récemment au code minier et à la fiscalité touchant l'exploitation des ressources minérales marquent l'avènement d'une nouvelle ère au Venezuela, et devraient stimuler une croissance significative de l'industrie minière. La demande

d'équipement et de services connexes devrait augmenter en conséquence, ce qui constituera des débouchés notables pour les fournisseurs canadiens.

Matériel et services reliés à l'environnement

L'environnement est l'une des priorités importantes du gouvernement vénézuélien. Ce dernier négocie ac-

tuellement plusieurs emprunts auprès d'institutions financières internationales (IFI). Le ministère de l'environnement du Venezuela connaît bien les compétences du Canada dans ce secteur et a déjà négocié plusieurs contrats, comprenant un financement de la SEE, avec des fournisseurs canadiens. Il existe des débouchés pour les services et l'équipement.

— Renseignements par secteur —

Assurances et financement

Service du Mexique et de l'Amérique du Sud, Société pour l'expansion des exportations (SEE), 151, rue O'Connor, Ottawa K1P 5T9. Tél. : (613) 598-2500. Télécopieur : (613) 598-2504.

Coopération industrielle

Direction de la coopération industrielle, Bureau des Amériques, Agence canadienne de développement international (ACDI INC.), 200, promenade du Portage, Hull (Québec) K1A 0G4. Tél. : (819) 997-0548. Télécopieur : (819) 953-5024.

Économie, commerce et investissements

Section commerciale, ambassade du Canada, Edificio Torre Europa, 7^e étage, Avenida Francisco de Miranda, Campo Alegre, Caracas 1060A. Venezuela. Tél. : (011-58-2) 951-6166. Télécopieur : (011-58-2) 951-4950.

Délégué commercial, Antilles et Venezuela, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 943-8807. Télécopieur : (613) 943-8806.

Perspectives encourageantes

L'accroissement de la demande locale, intérieure et industrielle, et l'ouverture continue de l'économie produisent des débouchés pour les exportateurs canadiens de produits et de services.

Les exportations traditionnelles dans le secteur agricole conserveront leur caractère concurrentiel. De nouveaux débouchés devraient apparaître pour les exportations de produits agro-alimentaires, étant donné que les Vénézuéliens recouvrent en partie leur puissance d'achat perdue.

L'équipement pétrolier, gazier et pétrochimique et les services connexes

peuvent profiter de l'augmentation de l'activité dans ces secteurs très importants.

Les ventes d'équipement minier, de pièces d'automobile et de systèmes de technologie de pointe connaîtront elles aussi de grands débouchés. L'intérêt continu dans l'hydrologie, ainsi que les autres programmes écologiques feront en sorte que les services dans ce domaine deviendront une priorité.

Les possibilités toujours croissantes d'entreprises conjointes dans l'un ou l'autre des secteurs susmentionnés devraient être encouragées.

Projets de promotion 1992-1993

Missions à l'étranger :

- Mission relative aux produits et services de logiciels au Venezuela (Chili et Colombie) — septembre 1992.
- Mission relative à l'équipement et aux services de pâtes et papiers au Venezuela — novembre 1992.
- Mission relative à l'équipement du secteur des plastiques au Venezuela (Brésil, Argentine) — janvier 1993.

Missions de l'étranger au Canada:

- PDVSA-Bariven acheteurs d'équipement et de matériaux pétroliers — juin 1992. Visite au National Petroleum Show et participation à des séminaires à Calgary, Toronto et Montréal.
- Royal Agricultural Winter Fair, Toronto et (ou) Canadian Western Agribition, Regina — novembre 1992.

Salons commerciaux au Venezuela :

- Ferre '92 Salon commercial de quincaillerie — août 1992 — Caracas.
- Foire agricole Barquisimeto et Inforven '92 télécommunications et informatique — Caracas — septembre 1992.
- Foire régionale des produits agro-alimentaires de Merida — janvier 1993.
- Exposition d'aliments préparés canadiens et festival culinaire (coincide avec la foire commerciale canadienne en solo) — Caracas — janvier 1993.

Séminaires spécialisés (Caracas, juin 1992)

- Investir dans l'exploitation des mines d'or au Venezuela
- Gestion du spectre
- Légumineuses
- Entreprises de protection de l'environnement
- Normes phytosanitaires canadiennes (pour les exportateurs vénézuéliens).

— DONNÉES SUR LE VENEZUELA —

Données de base

Superficie :
916 445 km²

Population (1990) :
19,8 millions d'habitants

Langue :
espagnol (les gens d'affaires comprennent et parlent généralement l'anglais)

Structure politique :
république fédérale, 20 États, deux territoires fédéraux, un district fédéral

Principales villes et leur population :

- Caracas, 4 millions d'habitants
- Maracaibo, 1,3 million d'habitants
- Valencia, 1,2 million d'habitants
- Maracay, 900 000 habitants
- Barquisimeto, 696 000 habitants
- Ciudad Guyana, 491 000 habitants

Économie

PIB par habitant (1991) :
2700 \$US

Taux de croissance économique (1991) :
9,2 %

Inflation :
30 à 35 %

Monnaie :
bolivar (BOLV)

Commerce extérieur (1991) :
26,5 milliards de \$US

Total des exportations (\$ US) :
16,5 milliards

Total des importations (\$ US) :
10,5 milliards

Principaux marchés (1990) :
É.-U., 52,0 %; Allemagne, 5,1 %; Cuba, 3,4 %; Japon, 3,2 %; Canada, 2,9 %.

Principaux fournisseurs (1990) :
É.-U., 46,1 %; Allemagne, 9,3 %; Italie, 4,8 %; Brésil, 4,1 %; Japon, 3,9 %; Canada 2,9 %.

Commerce avec le Canada (1991)

Exportations vers le Venezuela :
300 millions de dollars (230,1 millions de dollars en 1990).

Importations du Venezuela :
481,6 millions de dollars (561,9 millions de dollars en 1990).

Principaux produits canadiens exportés au Venezuela (1991) :
blé, papier journal, pâte de bois, pièces de véhicules automobiles, camions et véhicules de construction, pièces de turbines à gaz.

Principaux produits vénézuéliens importés au Canada (1991) :
pétrole, réservoirs et citernes, aluminium et produits de l'aluminium, pièces de véhicules automobiles, mélanges hydrocarbonés, interrupteurs et disjoncteurs.

Investissements canadiens directs (1991) :
400 millions de dollars (y compris les investissements de portefeuille).

Visiteurs canadiens au Venezuela (1991) :
172 000

Visiteurs vénézuéliens au Canada (1991) :
11 000

Coopération industrielle, transferts de technologie**Les activités de l'ACDI au Venezuela**

Un programme de coopération industrielle Canada-Venezuela a été mis sur pied en 1987 par l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Depuis, l'ACDI a parrainé plus de 30 différentes initiatives du secteur privé canadien d'une valeur estimative de 6,5 millions de dollars.

Les secteurs ou les sous-secteurs, où la participation canadienne est déjà en cours ou à l'étape de projet, sont les suivants :

- amélioration des fermes laitières
- systèmes d'eau potable et d'eaux usées
- acquisitions pour des projets environnementaux
- entreprises conjointes de services

La Zone du Canal de Panama s'ouvre à des propositions lucratives

Avec la prise de contrôle par le gouvernement de Panama de la Zone du Canal de Panama, en 1997, le pays héritera d'une infrastructure considérable (surtout des bâtiments) et des propriétés, dont l'utilisation est maintenant à l'étude.

Ce que le gouvernement décidera d'entreprendre pourrait offrir des débouchés à quelques sociétés canadiennes.

Les installations comprennent des immeubles de bureaux, des maisons, des écoles, des terrains de jeu, des routes, ainsi qu'un réseau moderne de télécommunications qui relie ce secteur situé stratégiquement au reste du monde.

Le gouvernement du Panama a proposé un certain nombre de façons d'utiliser les immeubles et les propriétés : des installations de recherche scientifique spécialisée, un centre pédagogique, un centre manufacturier léger ou une base d'organismes interna-

pétroliers et gaziers

- extraction et traitement de l'huile lourde
- gestion des forêts
- transport ferroviaire
- transport intermodal
- entreprises industrielles conjointes
- systèmes d'information géographique
- gestion de l'hygiène
- production de jus de fruits

- irrigation
- protection des côtes
- récupération du pétrole
- technologie de l'aluminium
- fabrication de la colle
- diagraphie de puits
- transport fluvial
- pâtes et papiers
- abattoirs
- gestion du spectre

Études de marché sur le Venezuela

Vous pouvez maintenant vous procurer les études de marché et les profils de secteurs vénézuéliens suivants auprès d'Info Export (voir la case au bas de la page 12 pour commander):

- 1991 *Agricultural Sector Report et 1992 Forecast and Trade Opportunities*
- *Venezuelan Sector Profile: Imported Exotic Edible Fresh Fruits for Human Consumption* (juillet 1991)
- *Margarita (Island) Food Market Research* (septembre 1991)
- *Venezuelan Sector Profile: Imported Processed and Non-processed Food Goods for Human Consumption* (1991)
- *The Venezuelan Oil Industry: An*

Overview (décembre 1991)

- *Venezuela: Automotive Parts and Accessories* (septembre 1991)
- *Venezuela: the Aluminum Industry Outlook* (1991)
- *Venezuela Gold Industry Report* (1992)

Parmi les autres études et rapports à différents stades de préparation, on trouve :

Venezuela: Réforme du secteur financier; Guidelines for Canadian Fish Exporters; Venezuela: Marché du papier journal; Venezuela: Le marché de l'amianté; Wheat and Oil Seed Survey et Petrochemical Industry Report.

Réduction des droits de douane sur le papier d'imprimerie en Argentine

En Argentine, les droits de douane sur l'importation de papier destiné à l'impression de livres, de revues et de journaux sont passés de 22 à 5 %.

tionaux. Il envisage aussi de diviser les installations et de les utiliser à des fins différentes ou de les privatiser d'une manière profitable au gouvernement.

Les entreprises canadiennes qui connaissent bien l'emplacement stratégique de la région, son accès facile à l'Amérique latine ainsi qu'aux services d'expédition et de transport aérien pourraient envisager de communiquer avec le gouvernement du Panama afin de lui indi-

quer comment il pourrait utiliser les installations et comment il pourrait les transformer en un centre lucratif d'activité commerciale.

Ces sociétés peuvent communiquer directement avec Julio E. Linares, Minister of Foreign Affairs, P.O. Box PAN 4, Panama City, Panama. Tél.: 270013/274025. Télécopieur: 507-273170.

Un marché de l'agro-alimentaire existe dans l'ANASE

En 1989, les importations de produits agro-alimentaires des pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Suds-Est (ANASE) ont atteint 10 milliards de dollars américains, les produits d'origine canadienne comptant pour 191 millions. Par conséquent, ces pays offrent de nombreux débouchés aux exportateurs canadiens dans le domaine agro-alimentaire.

L'ANASE comprend six pays (Thaïlande, Malaisie, Indonésie, Singapour, Philippines et Brunéi) dont le nombre total d'habitants atteint 321 millions. Cela représente un marché qui devient rapidement de plus en plus important pour les Canadiens.

Le rapport intitulé *Région de l'ANASE - Débouchés commerciaux agro-alimentaires* donne un aperçu de chacun des pays et des principales exportations canadiennes vers ces pays, met en évidence les débouchés clés dans chacun d'eux et décrit leurs relations commerciales avec le Canada.

Présentée sous un format commode de quatre pages, la brochure, assortie de graphiques, décrit aussi huit segments du domaine agro-alimentaire qui offrent les débouchés les plus importants aux exportateurs canadiens. Ce sont les suivants :

- la génétique des bovins laitiers;
- la viande (boeuf, porc, dinde, et viandes «HALAL» c.-à-d. qui peuvent être consommées par les musulmans dans certains pays) et les aliments transformés (huile de colza canola, produits laitiers, produits de boulangerie et de confiserie, jus de fruits, fruits et légumes congelés, et aliments cuisinés);
- les aliments pour animaux (tourteaux de colza canola, produits à base d'alfalfa, ingrédients pour fourrages, concentrés et suppléments);
- la génétique de cochon (les possibilités d'exportation de cochons de reproduction semblent être excellentes);
- la génétique des bovins;
- les céréales;
- l'amélioration génétique des dindes (demande accrue imputable au tourisme,

aux hôtels et aux restaurants); et

- la technologie de production, de transformation, d'entreposage et la biotechnologie (des pays recherchent le dernier cri de la technique relativement au matériel de transformation de la viande, de l'ingénierie génétique, des vaccins, de la lyophilisation et de l'entreposage frigorifique, etc.).

On peut se procurer des exemplaires du rapport de marché auprès de Murray Gwyer, Direction des programmes internationaux, Direction générale du développement agro-alimentaire, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

Une étude sur le marché agro-alimentaire au Mexique

La publication intitulée *Mexique - Marché d'exportation agro-alimentaire* (134LF) contient une analyse concise et un bref aperçu du marché agro-alimentaire dans ce pays.

Publié en décembre 1991 par la Direction des programmes internationaux d'Agriculture Canada, le rapport fournit un profil de l'agriculture au Mexique, traite des négociations sur le libre-échange nord-américain, énumère des personnes-ressources au Canada et au Mexique, et donne en détail les possibilités d'exportation actuelles ou futures vers le Mexique.

Le rapport énumère les diverses raisons pour lesquelles le Mexique offre aux entreprises canadiennes des «débouchés commerciaux importants». Il mentionne également les «contraintes principales» à surmonter.

Le rapport décrit et évalue les possibilités d'exportation en ce qui a trait aux 10 produits suivants :

- les produits laitiers (surtout le lait écrémé en poudre);
- les viandes (y compris le porc et le boeuf);
- les céréales et les oléagineux (surtout le colza canola);
- la génétique des animaux (cochons, bovins et bovins laitiers);
- les légumineuses (y compris les haricots colorés, les lentilles et les pois);
- les pommes de terre de semence; et
- les aliments transformés et les boissons.

Chacun de ces secteurs de produits est traité de façon concise, selon la croissance et la taille du marché, les débouchés pour le Canada, l'analyse de la concurrence, les contraintes et les activités possibles (ou les suggestions visant à accroître les débouchés du Canada dans un pays dont les importations agricoles atteignent un total d'environ 3,8 milliards de dollars (US) par an).

Il est possible d'obtenir un exemplaire du rapport, en indiquant le numéro de code, auprès d'Info Export. (Voir l'encadré au bas de la page 12.)

Lignes de crédit de 75 millions pour la Thaïlande

Les exportateurs canadiens et leurs acheteurs en Thaïlande peuvent maintenant bénéficier de lignes de crédit totalisant 75 millions de dollars consenties par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) à la Krung Thai Bank Limited, la Siam Commercial Bank et la Thai Farmers Bank, toutes trois de Bangkok.

Des exportateurs canadiens oeuvrent actuellement dans ce pays dans des secteurs d'activité très diversifiés, tels que le développement immobilier commercial et les communications.

Pour plus de renseignements, communiquer avec le bureau de la SEE le plus près de chez vous.

Foire commerciale d'informatique au Brésil

Sao Paulo — Une foire commerciale, qui aura lieu en septembre et pour laquelle le recrutement est en cours, fournit aux fabricants de matériel et de logiciels informatiques ainsi que de matériel de communications une excellente possibilité d'aborder le marché brésilien.

Comdex Sucesu'92 (anciennement Informatica), l'exposition principale d'informatique et de télécommunications en Amérique du Sud, se tiendra à Sao Paulo du 14 au 18 septembre. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada participera avec un pavillon national. Selon les organisateurs, les changements apportés aux politiques du gouvernement brésilien par rapport à l'importation de matériel et de services de technologie de pointe, ainsi que l'épuisement des réserves de ces produits sur le marché, offrent aux exportateurs canadiens des possibilités accrues dans ce secteur.

Les sociétés qui désirent participer à **Comdex Sucesu'92** doivent communiquer avec Jon Dundon, Foires et Missions, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT),

AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les questions sur le commerce avec le

Brsil devraient être adressées à Sven Blake, chargé de dossier - Brésil. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

Foire de bureautique en Allemagne

Cologne — Des entreprises canadiennes sont invitées à participer à un pavillon central parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à **ORGATEC'92**, qui se tiendra du 22 au 27 octobre à Cologne (Allemagne).

Cette **International Office Trade Fair** (foire commerciale internationale de bureautique) présente une gamme complète de besoins dans le domaine de la bureautique, notamment des systèmes d'information et de communication, de la technologie de bureau, du matériel et des logiciels, des accessoires, des meubles et de l'équipement de bureau.

Le dernier salon, qui a eu lieu en 1990, a attiré plus de 2 100 exposants venus de 30 pays, y compris un grand groupe de participants du Canada. En tout, plus de

200 000 visiteurs professionnels venus de 85 pays visité la foire.

Les pavillons centraux sont des stands où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés de stands de sociétés individuelles qui participent à leur propre compte ou dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Pour d'autres renseignements, joindre le représentant canadien de l'organisateur du salon, M^{me} Edel Wichmann, Cologne International Trade Shows, Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce Inc., 480, avenue University, bureau 1410, Toronto M5G 1V2. Tél. : (416) 598-3343. Télécopieur : (416) 598-1840.

L'inscription en cours au Toronto Catalogue Show

Toronto — Un salon international de débouchés commerciaux, qui représente, pour une entreprise, le moyen le plus rentable au Canada de faire connaître ses produits et services à l'aide de catalogues, se tiendra le 1^{er} octobre 1992 à Toronto.

World Trade'92, qui coïncide avec le Mois canadien de l'exportation, attire 100 exposants et environ 2 500 participants — surtout des fabricants, des représentants de fabricants, des exportateurs, des réexportateurs, des distributeurs et des importateurs, des transitaires, des représentants de banques et de gouvernements.

L'année dernière, lorsque cette manifestation a eu lieu pour la première fois, outre les catalogues exposés par le Canada, il y avait de la documentation exposée par des pays tels que le Mexi-

que, la Tchecoslovaquie, la Corée, Hong Kong, la Roumanie, l'Italie, la Thaïlande, la Suède, la Hongrie et la Yougoslavie, ainsi que par un certain nombre d'États américains.

D'une part, le salon convient en particulier aux fabricants canadiens qui veulent exporter leurs produits ou recherchent des représentants à l'étranger. D'autre part, il sert aux entreprises étrangères qui recherchent des distributeurs ou des représentants au Canada.

Les sociétés intéressées peuvent s'inscrire maintenant en communiquant avec l'organisateur de **World Trade '92**: Sydney King, président, Canadian International Trade Association, C.P. 38, Centre mondial du commerce, 60, rue Harbour, Toronto M5J 1B7. Tél. : (416) 651-2220. Télécopieur : (416) 651-2519.

Foire des soins médicaux informatisés

Baltimore — Le Bureau de l'expansion du commerce et de l'investissement de l'ambassade du Canada à Washington (DC) recherche des entreprises afin d'utiliser les six espaces de 100 pieds² qu'il a réservés au **Computer Applications in Medical Care Trade Show** (foire commerciale des applications de l'informatique dans le domaine des soins médicaux), qui se tiendra du 9 au 11 novembre 1992, à Baltimore.

Parrainée par l'American Medical Informatics Association, la manifestation devrait attirer quelque 2 500 visiteurs commerciaux.

Les entreprises intéressées doivent communiquer avec M.M. Ellenbogen, Ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue N.W., Washington, DC 20001. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7619.

Salon international de l'alimentation en Italie

Milan — Le salon aura lieu dans six mois, mais les organisateurs recrutent déjà des entreprises pour la participation à une foire commerciale qui pourrait permettre d'accéder à un marché dont la valeur dépasse 30 milliards \$.

Expo Food'92, qui se tiendra du 6 au 10 novembre à Milan (Italie), est un salon international de l'alimentation auquel le Canada participera pour la deuxième fois.

Le salon est l'une des foires commerciales internationales spécialisées de l'alimentation les plus grandes au monde. On prévoit que plus de 3 000 exposants participeront cette année.

En outre, on s'attend à ce que la manifestation attire plus de 200 000 visiteurs commerciaux (environ 80 % viendront de la Communauté européenne, 10 % de l'Amérique latine, 5 % des pays arabes, et 5 % d'autres pays).

Les porte-parole de l'industrie disent que l'Italie est un « très grand marché » de produits alimentaires importés, les achats annuels effectués auprès de fournisseurs étrangers dépassant actuellement 30 milliards \$.

C'est aussi un marché sur lequel les sociétés canadiennes ont prouvé qu'elles étaient compétitives — le Canada exporte annuellement à l'Italie des produits alimentaires d'une valeur de plus de 300 millions \$.

De plus, « de nombreuses possibilités d'augmentation des ventes de gammes de produits canadiens » existent, surtout en ce qui concerne les fruits de mer, les aliments cuisinés et les composantes de repas, les légumes congelés, les aliments naturels et diététiques, les haricots et les lentilles, le riz sauvage, les baies, l'eau minérale et le miel.

La participation à **Expo Food'92** est organisée par Interexpo Canada Inc. en collaboration avec AECEC et le consulat général du Canada à Milan.

Communiquer avec D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Montréal. Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

Des changements en Australie profiteront au commerce canadien

Le plan de quatre ans annoncé récemment par l'Australie stimulera l'économie stagnante du pays avec une injection de 2,3 milliards de dollars au cours des 16 prochains mois.

Cette amélioration de la situation économique est de bon augure pour les exportateurs canadiens, surtout dans les secteurs clés tels que les pièces d'automobile, le papier journal, les matériaux de construction et les produits agricoles.

Mesures pertinentes

Les mesures qui influencent les possibilités d'exportation du Canada sont les suivantes :

- Une réduction de 5 % de la taxe de vente sur les automobiles, ce qui devrait

«Une économie australienne plus solide engendrera plus de publicité, ce qui augmentera la demande de papier journal canadien.»

augmenter les exportations de pièces d'automobile canadiennes;

- Un versement forfaitaire à 1,9 million de familles, qui injectera rapidement 300 millions de dollars supplémentaires dans l'économie et stimulera les dépenses des consommateurs;

- Une série de mesures monétaires, y compris la radiation des créances irrécouvrables des banques, la dépréciation accélérée, la déduction pour amortissement, les réductions de l'impôt sur le revenu et les mesures d'encouragement des investissements accordées aux petites entreprises, qui stimuleront les dépenses commerciales dans tous les domaines.

Une économie australienne plus solide engendrera plus de publicité, ce qui augmentera la demande de papier journal canadien. Le secteur local de la construction se redressera, et cela devrait augmenter la demande de produits de construction canadiens. En agricul-

ture, l'aide nécessaire devrait aider les exportateurs canadiens de matériel agricole. Toutes ces mesures immédiates et à court terme devraient avoir une influence positive sur la position du Canada.

Intensification de la concurrence

Bien que ces nouvelles soient positives, les conséquences des autres mesures visant à rendre l'Australie plus concurrentielle (particulièrement dans la région de l'Asie et du Pacifique) sont plus difficiles à évaluer pour ce qui est des intérêts canadiens.

Il est évident que l'économie australienne, à l'instar de celle du Canada, connaît des changements structurels qui lui permettront de s'adapter à l'économie mondiale. L'Australie a choisi de se rapprocher de la région de l'Asie et du Pacifique, et elle deviendra plus compétitive dans cette région.

Les entreprises canadiennes peuvent s'attendre à faire face à une concurrence plus acharnée de la part des sociétés australiennes sur ces marchés. L'Australie et le Canada effectuent simultanément la rationalisation de leur industrie. Actuellement, les deux pays ont des économies parallèles; ils se font souvent concurrence sur les mêmes marchés et vendent les mêmes produits (c.-à-d. les minerais et les produits agricoles).

Après les ajustements structurels, les deux économies deviendront probablement plus complémentaires et, en raison de la coopération accrue, des possibilités plus nombreuses d'entreprises conjointes entre l'Australie et le Canada sur des marchés tiers pourront se présenter.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur des questions relatives au commerce entre le Canada et l'Australie, communiquer avec B. Hood, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7652. Télécopieur : (613) 996-4309.

PUBLICATIONS

Construction

Les parties qui désirent établir des liens directs entre les entreprises canadiennes de construction qui s'intéressent au marché international de la construction et aux possibilités d'outre-mer, ou qui exercent déjà des activités sur ce marché, devraient trouver ce qu'elles recherchent dans le *Répertoire des exportateurs du secteur de la construction 1992*, produit par l'Association canadienne de la construction. On peut se le procurer auprès de celle-ci à l'adresse suivante : Association canadienne de la construction, 85, rue Albert, Ottawa K1P 6A4. Tél. : (613) 236-9455. Télécopieur : (613) 236-9526.

Transport - Guide de l'exportateur

The Exporter's Guide to Transportation (106 TF) a pour objet de répondre aux besoins des petits et gros exportateurs qui recherchent souvent des conseils sur le transport et sur des questions connexes telles que les aspects relatifs à la documentation sur l'exportation. Il est publié par la Direction des services de transports d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Bien qu'il décrive les options en matière de transport qui conviennent le mieux au produit (ou à la marchandise) devant être exporté, le guide met l'accent sur les modes de transport — route, chemin de fer, mer et air. Il traite aussi des modes de transport plurimodaux et des services fournis par les intermédiaires dans le secteur du transport (transitaires) ainsi que de sujets tels que la responsabilité relative au transport, les exemptions et la couverture, ainsi que l'assurance du fret.

Le sujet technique, c.-à-d. la préparation des produits avant de les expédier aux fins d'exportation, est traité à l'annexe I. L'annexe II énumère les publications de l'industrie et du gouvernement, les associations industrielles et les établissements professionnels pertinents, les ministères connexes ainsi que les centres du commerce international.

On peut se procurer des exemplaires du guide auprès d'InfoExport (voir l'encadré au bas de cette page).

Circuits imprimés aux Etats-Unis

Le consulat d'Atlanta vient de publier une étude de l'industrie des circuits imprimés du sud-est des Etats-Unis. Ce guide, qui s'adresse aux entreprises d'électronique, est disponible auprès de Steve A. Flamm, agent commercial, Consulat général du Canada, One CNN Center, Suite 400, S. Tower, Atlanta, GA 30303-2705. Tél.: (404) 577-6810; télécopieur: (404) 424-5046.

Ce qui se passe en Russie

Les entreprises canadiennes qui font des affaires avec l'ancienne Union soviétique peuvent se tenir au courant des faits nouveaux en s'abonnant aux *Russian Business Reports*, un bulletin hebdomadaire produit, à Moscou, par une équipe de nouvelles canado-russe. On peut se procurer ce bulletin partout en Amérique du Nord.

Ces rapports hebdomadaires fournissent des renseignements opportuns sur les importants faits nouveaux dans les domaines des affaires, de l'économie, du commerce et du droit. Ils contiennent également des résumés des nouvelles, des graphiques et des diagrammes qui mettent en évidence les tendan-

ces principales et les éléments spéciaux, tout en soulignant l'aspect pratique de faire des affaires dans le Commonwealth.

Pour tout renseignement, communiquer avec Kerry Irwin, East-West Information Consortium, 298, rue Seaton, Toronto M5A 2T7. Tél. : (416) 921-2840. Télécopieur : (416) 921-9873.

Au calendrier

Toronto - 17-18 juin — «Les débouchés en Allemagne et en Europe de l'Est : services et produits de construction» sera le sujet d'une mission de deux jours qui viendra d'Allemagne. Elle portera sur le secteur des services de construction (architecture, conception et négociation de contrats) et le secteur d'approvisionnement en matériaux de construction. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec l'Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

St. John's - 23-25 juin - La 8th Annual Onshore-Offshore Petroleum Exhibition (8^e Exposition annuelle du pétrole exploité à terre et en mer) sera accessible au public, aux sociétés et aux visiteurs qui oeuvrent dans le domaine de l'exploration et du développement des réserves d'hydrocarbures au large de la côte est du Canada, ou qui s'intéressent à ce domaine. Pour tout renseignement sur l'exposition, prendre contact avec Atlantic Expositions Ltd. (Terre-Neuve). Tél. : (709) 651-3315. Télécopieur : (709) 256-4051.

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO
Affaires extérieures
Commerce extérieur Canada

Les SCPAA permettent d'aider le commerce agro-alimentaire

Des stratégies globales de commercialisation sont élaborées et mises en œuvre par les associations agro-alimentaires canadiennes pour mieux réagir à la compétitivité mondiale croissante de l'industrie agro-alimentaire.

Afin de s'assurer que l'industrie et le gouvernement orientent leurs ressources vers les activités les plus rentables pour le secteur, les ministères fédéraux ont amorcé un processus appelé Stratégies de commercialisation des produits agro-alimentaires (SCPAA).

Le rôle du gouvernement fédéral — fondé sur les conclusions de l'examen de la politique agro-alimentaire, qui soulignent que l'industrie doit prendre l'initiative des activités de développement de marché — est de faciliter l'accès aux marchés en association avec l'industrie, ce qui permet de combiner les ressources privées et publiques.

Grâce aux SCPAA, des associations représentant 18 secteurs de l'industrie agro-alimentaire se sont engagées à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies destinées à accroître leurs capacités à répondre aux débouchés commerciaux identifiés.

Les stratégies comprennent en général les éléments suivants :

- une prévision détaillée, couvrant une période de cinq ans, de la nature et de la qualité de la demande des marchés, ainsi que la justification des priorités choisies;
- une évaluation complète de la capacité du secteur à satisfaire à la demande prévue sur le plan de la production, de la capacité technolo-

Suite à la page 7 — La SPCAA

Le CRAM organise des missions en Amérique latine et dans les Antilles

Depuis sa création à Montréal en 1985, le Centre de ressources sur l'aide multilatérale (CRAM) aide gratuitement les entreprises canadiennes à tirer profit des importantes possibilités offertes par les projets de développement dans diverses régions du monde.

Cette aide multilatérale représente environ 35 milliards de dollars que fournissent chaque année à des pays en voie de développement les Institutions financières internationales (IFI), telles que la Banque mondiale et des organismes semblables.

Par son réseau d'information et sa vaste documentation, le CRAM fournit rapidement aux entreprises des renseignements complets sur les projets internationaux, les appels d'offres, le financement et les procédures d'attribution des contrats.

En plus d'organiser des colloques et des missions commerciales, le personnel du CRAM offre aux exportateurs canadiens les services suivants :

- évaluer le potentiel des projets;
- communiquer avec l'organisme chargé du projet dans le pays débiteur;
- rendre visite à l'organisme chargé du projet dans le pays débiteur;
- trouver un représentant dans le pays cible; et
- maintenir des liens étroits avec l'organisme chargé du projet.

Récemment, le Centre de commerce international de Montréal — dont le CRAM fait partie — a commencé à collaborer étroitement avec les ingénieurs-conseils du Québec en vue de

tirer parti des possibilités offertes par les projets des IFI et de mener des missions relatives à ces dernières en Amérique latine et dans les Antilles.

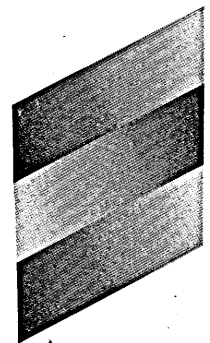
Voici le programme de missions proposé dans cette région, ainsi que les secteurs explorés :

- **21-29 août 1992** — Argentine, Chili — Transport, environnement, installations sanitaires, agriculture, santé, ports.
- **Octobre et novembre 1992** — Colombie, Équateur. Santé, énergie, agriculture, transport, eau, égouts, urbanisme.
- **Décembre 1992 et janvier 1993** — Brésil — Transport, environnement, installations sanitaires, agriculture, santé, ports.
- **Février et mars 1993** — Nicaragua, Panama, El Salvador, Guatemala — eau, égouts, santé, agriculture, énergie, transport.

Pour tout renseignement sur ces missions ou sur la manière dont le CRAM peut aider les exportateurs canadiens, communiquer avec Irving Friedmann, Industrie, Sciences et Technologie Canada, bureau 3800, 800, place Victoria, C.P. 247, Montréal (Québec) H4Z 1E8. Tél. : (514) 283-8795. Télécopieur : (514) 283-8794.

DANS CE NUMÉRO

Commandite dans les affaires	2
Foires et missions aux États-Unis	3-6
Foires commerciales	7
Débouchés et publications	8



La commandite des arts rapporte aux entreprises

Cet article a été préparé par Elizabeth Bihl, Artsfunding International, Ottawa.

L'idée selon laquelle une société établit un partenariat à titre de commanditaire avec un groupe culturel est encore un concept plutôt nouveau. Toutefois, récemment, les sociétés ont constaté que ces relations étaient très avantageuses. Dans les années 90, le marketing sur des marchés-cibles et la création de réseaux entre les entreprises se sont de plus en plus effectués au moyen de «parrainages par des entreprises».

Les entreprises constatent de plus en plus que le marketing de masse n'est plus aussi efficace qu'auparavant parce que les consommateurs d'aujourd'hui deviennent de plus en plus exigeants. La tendance aux commandites s'étend au monde entier, car cette méthode de marketing intéresse les sociétés pour diverses raisons, notamment :

- l'exposition favorable aux médias;
- la possibilité de divertir des clients;
- l'établissement d'une présence de la firme et du produit;
- la pénétration de certains segments du marché;
- la création de réseaux entre les entreprises.

L'expression «commandite par des entreprises» signifie en général un partenariat établi pour des avantages mutuels entre une société qui parraine et un événement ou un groupe sans but lucratif.

Un tel partenariat n'a rien à voir avec

la bienfaisance, le don ou le philanthropie; c'est plutôt une entente commerciale entre deux partenaires. Il est important que la commandite soutienne des objectifs commerciaux précis. Les groupes culturels du Canada sont tenus en grande estime comme ambassadeurs dans le monde entier, et ils ont été invités à participer et à se produire à l'échelle internationale. La commandite d'un tel groupe en tournée, par une société, peut être hautement productive lorsqu'on applique des techniques de marketing appropriées afin de faire de nouvelles affaires ou d'établir de nouveaux réseaux commerciaux.

Rendement des investissements

En général, un commanditaire recherche une situation où ses objectifs en matière de marketing correspondent aux besoins du groupe culturel en vue de créer une situation qui profite aux deux parties. Cela signifie que le commanditaire et le groupe culturel doivent avoir des points communs.

En fait, on atteint ce but en créant des éléments de marketing appropriés autour d'une activité centrale telle qu'un concert, une danse, une production théâtrale, une exposition d'art ou une autre activité de ce genre.

Chaque représentation offre des possibilités d'établir des réseaux commerciaux au moyen d'invitations et de réceptions. Elle favorise la reconnaissance d'un commanditaire important au moyen du matériel promotionnel, des

annonces publicitaires et des relations avec les médias du groupe en tournée.

Comment trouver des partenaires de commandite

Pour assortir avec succès les entreprises et les groupes culturels (ce qui convient à une société peut ne pas convenir à une autre), les commanditaires éventuels doivent établir des politiques et des lignes directrices claires, relatives aux objectifs de commandite par une entreprise.

Celles-ci doivent être reliées aux objectifs de la société et peuvent comprendre :

- des préférences culturelles (p. ex. des orchestres seulement);
- des services orientés tels que "en nature" ou «soutien aux employés»;
- des objectifs en matière de marketing;
- des niveaux de participation financière.

Lorsque les lignes directrices sont établies, les entreprises sont en mesure de rechercher ou de créer des possibilités de commandite d'un groupe culturel.

Les entreprises d'exportation canadiennes qui ont déjà commandité, à titre de partenaires, des groupes culturels canadiens à l'étranger affirment que de grandes sociétés internationales ont longtemps profité des avantages de la commandite. Sur la base de leur expérience, elles considèrent la commandite comme étant clairement un forum «idéal» pour pénétrer les marchés cibles et divertir les clients. Il assure aussi de nombreux autres avantages intangibles, comme le fait de projeter des images de qualité, de dignité et de fiabilité.

Pour obtenir une liste des manifestations culturelles internationales ouvertes à la commandite, communiquer avec InfoExport (voir au bas de la page 8)

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Calendrier 1992 des manifestations commerciales aux É.-U.

Voici les foires et missions prévues pour 1992, auxquelles compte participer Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. On peut obtenir de plus amples renseignements auprès des agents chargés des différents secteurs.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Composantes électroniques

Agent : D. Shaw

Tél. : (613) 991-9474

- **Midcon** — Septembre 1992 — Dallas (Texas). Composantes électroniques, matériel, systèmes et logiciels d'essai.
- **NorthCon** — Octobre 1992 — Seattle (Washington). Instruments de conception, essai et mesure, composantes de panneaux, emballage, matériel et sous-systèmes de fabrication et de production, y compris les logiciels.
- **Mission à Wescon** — Novembre 1992. Composantes électroniques, matériel d'essai, équipement et sous-systèmes de fabrication et de production.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Télécommunications

Agent : D. Shaw

Tél. : (613) 991-9474

- **Mission d'acheteurs américains** — Juillet 1992 — Atlanta/ Montréal. Matériel, logiciels et services de télécommunications.
- **South East Telecommunications** — 31 août - 2 septembre 1992 — Orlando (Floride). Matériel, logiciels et services de télécommunications (standard privé, systèmes clés électroniques et logiciel de gestion de réseau).
- **IMCE (Land Mobile)** — 1^{er}-3 septembre 1992 — Atlanta (Georgia). Matériel et services de communications mobiles (cellulaire et radio).
- **Mission d'acheteurs américains** — Septembre 1992 — Chicago/Ontario. Matériel, logiciels et services de télécommunications.
- **Mission des États-Unis** — Novembre 1992 — Divers matériel et logiciels de télécommunications, électronique de pointe (superconducteur et supercollisionneur), matériel et logiciels informatiques, matières industrielles de pointe.
- **Data '92** — 10-12 décembre 1992 — Miami (Floride). Logiciels et matériel périphérique (multiplexeurs, passerelles).

Agriculture/Produits alimentaires/Services

Aliments semi-transformés, transformés, boissons

Agent : P. Egyed

Tél. : (613) 991-9483

- **Summer International Fancy Food and Confection Show** — 26-29 juillet 1992 — Washington DC. Denrées alimentaires spéciales.
- **Western Restaurant Convention & Expo** (California

Restaurant) — 15-18 août 1992 — San Francisco. Matériel, produits alimentaires, fournitures et services destinés à la restauration collective et à l'industrie de l'accueil sur la Côte ouest des États-Unis.

- **Michigan and Great Lakes Foodservices Show** — 13-14 septembre, Detroit — Produits alimentaires et boissons; matériel, fournitures et services destinés à la restauration collective et à l'industrie de l'accueil.
- **National Prepared Frozen Food Festival** — 23 septembre 1992 — East Rutherford (New Jersey). Foire commerciale de services d'alimentation. Produits alimentaires seulement - réfrigérés et surgelés - destinés au commerce de la restauration collective.
- **Canadian Food and Beverage Show** — 1^{er} octobre 1992 — Buffalo (ou Syracuse). Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.
- **Eastern Dairy Deli Show** — 21-22 octobre 1992 — Secaucus (New Jersey). Tous les produits alimentaires destinés au commerce des produits laitiers et des aliments de choix (y compris les fromages, la charcuterie, les produits de boulangerie, les boissons et les condiments).
- **Ohio Grocers' Association Show** — 24-25 octobre 1992 — Columbus (Ohio). Produits alimentaires, matériel, fournitures et services destinés au commerce d'épicerie au détail.
- **International Hotel, Motel and Restaurant Show** — 7-11 novembre 1992 — New York. Produits alimentaires, matériel, meubles et services destinés à la restauration collective et au commerce de l'accueil.

Produits et services de consommation

Vêtements et chaussures

Agent : N. Peacock

Tél. : (613) 991-9476

- **Midwest Men's Wear Collective** — Juillet 1992 — Chicago. Vêtements pour hommes.
- **Canada Mode** — Septembre 1992 — New York. Vêtements féminins de prix moyens.
- **Representative Locator Mission** — Septembre 1992 — Minneapolis. Vêtements d'athlétisme.
- **New York Fashion Creators** — Novembre 1992 — Los Angeles. Vêtements féminins de prix moyens.

Produits et services de consommation

Arts, produits artisanaux, articles cadeaux

Agent : T. Weinstein

Tél. : (613) 991-9479

- **Christmas in July Show** — 10-14 juillet 1992 — Seattle. Produits artisanaux, articles cadeaux.
- **Solo Show of Western Canadian Crafts/Giftware** — 13-15 juillet 1992 — Seattle.
- **Gallery Buyers to Great Northern Art Festival** — Juillet 1992 — Inuvik. Sculptures et objets d'art indiens et inuit.
- **Atlanta Gift Show** — Juillet 1992 — Atlanta. Produits artisanaux, articles cadeaux.

- **Solo Representative Locator Show** — Août 1992 — Columbus (Ohio). Produits artisanaux, articles cadeaux.

Produits et services de consommation

Industries culturelles (Publication de livres, films, vidéos, arts du spectacle, enregistrement sonore)

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

Foires régionales du livre

- **Pacific Northwest Booksellers Association** — Septembre 1992 — Portland (Oregon).
- **Upper Midwest Booksellers Association** — Septembre 1992 — Minneapolis.
- **New England Booksellers Association** — Septembre 1992 — Boston. Livres commerciaux et universitaires.

Arts du spectacle

- **Mission de Dallas au Festival de jazz de Montréal** — Juillet 1992 — Productions musicales.
- **Mission à CINARS ou au Festival de jazz de Montréal** — Juillet 1992 — San Francisco / Boston. Productions théâtrales et musicales.
- **Mission de Dallas à CINARS** — Décembre 1992 — Montréal. Productions théâtrales et musicales.
- **APAP** — Décembre 1992 — New York. Productions théâtrales et musicales.

Produits et services de consommation

Matériel et services d'impression

Agent : T. Weinstein Tél. : (613) 991-9479

- **Graph-Expo** — 3-6 octobre 1992 — New York. Foire commerciale de matériel d'impression.

Construction et produits connexes

Produits en bois transformé

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

- **Solo Building Products** — 9-10 septembre 1992 — Fitchburg (Boston). Produits et matériaux de construction et services connexes.
- **Remodelling Show** — 13-15 novembre 1992 — Pittsburgh. Tous les produits de construction utilisés par l'industrie de remodelage -fenêtres, portes, isolation, salles de bain, produits de cuisine, matériaux de construction.

Produits de défense et matériel et services connexes

Aéoraspaciale/Espace

Agent : D. Murray Tél. : (613) 991-9481

- **Space Week '92** — Juillet 1992 — Vandenberg Air Force Base (Californie). C'est la première fois que les entreprises canadiennes spécialisées dans le domaine spatial et les secteurs connexes participeront à cette « semaine de l'espace » organisée par l'USAF. Les activités consistent en colloques, ateliers et expositions. Il se peut qu'on prévoit une partie « CANADA » au calendrier dans le but de mettre en évidence les capacités du Canada. Communiquer avec le consulat général du Canada à Los Angeles. Attention :

Defence Programs Division, El Segundo (Cal.). Tél. : (310) 335-4439. Télécopieur : (310) 335-4493.

- **United States Marine Corps Show** — Août 1992 — Washington. En guise de son appui aux sociétés canadiennes qui exposent ou participeront à ce salon, l'ambassade du Canada à Washington servira de lieu de rencontre entre certains cadres et entrepreneurs principaux américains et des représentants d'entreprises canadiennes, en dehors des locaux du salon. Communiquer avec l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

- **National Business Aircraft Association Show** — Septembre 1992 — Dallas. C'est la première fois que le Canada tiendra un pavillon national et que des fournisseurs canadiens d'aéronefs commerciaux participeront à l'un des salons d'aéronautique les plus grands du monde. Communiquer avec le consulat général du Canada à Dallas. Tél. : (214) 922-9806. Télécopieur : (214) 922-9815.

- **Technology Innovation Show (Canadian) Washington** — Septembre 1992 — L'ambassade du Canada organisera un salon à l'ambassade, afin de mettre en évidence les entreprises et les produits techniquement innovateurs dans le secteur de la défense et le secteur relié à la défense, à l'intention de cadres militaires américains intéressés du Pentagone, de représentants de l'Administration centrale des services militaires ainsi que d'entrepreneurs principaux ou de représentants de la région de Washington. Communiquer avec l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

- **Mission dans le domaine des produits de simulation de défense** — Septembre 1992 — Boston. Cette mission, qui permettra de rencontrer des cadres militaires américains et des entrepreneurs principaux de la région de Boston, comprendra des entreprises canadiennes possédant des capacités prouvées dans le domaine des technologies et des produits relatifs aux dispositifs et aux systèmes d'opérations, de formation et de simulation logistique. Communiquer avec le consulat général du Canada à Boston. Tél. : (617) 262-3760. Télécopieur : (617) 262-3415.

- **Mission dans le domaine de l'électro-optique à la Wright-Patterson Air Force Base** — Septembre 1992 — Cette mission comprendra des sociétés canadiennes spécialisées dans le secteur de l'électronique et de l'optique, capables de répondre aux spécifications militaires de l'USAF ou de spécifications équivalentes, selon le besoin. Des représentants de ces entreprises rencontreront des cadres de la recherche et du développement ainsi que de l'approvisionnement afin de démontrer leurs produits et technologie. Communiquer avec le Canadian Government Defence Trade Office, Dayton (Ohio). Tél. : (513) 255-4382. Télécopieur : (513) 255-1821.

- **Mission dans le domaine du matériel médical de Philadelphie en Ontario et au Québec** — Septembre 1992 — Des agents d'approvisionnement américains de défense visiteront des entreprises choisies, spécialisées dans le maté-

riel, les fournitures et les techniques médicaux, auxquels qui intéressent le système de logistique américain s'intéresse à des fins multiplés. Communiquer avec le Canadian Defence Production Office, Philadelphie. Tél. : (215) 697-1264. Télécopieur : (215) 687-1265.

Programmes et produits de défense et services connexes

Matériel de sécurité

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

- **ISC East '92** — Août 1992 — New York. Matériel de sécurité pour la protection des personnes et de la propriété dans les résidences, les locaux protégés et les zones publiques.
- **American Society for Industrial Security (ASIS)** — Septembre 1992 — San Antonio (Texas). Matériel de sécurité pour la protection du personnel, des locaux et du matériel de production dans les usines, les sièges sociaux et d'autres lieux industriels.

Enseignement, formation, produits médicaux et de soins de santé, et produits connexes

Produits pharmaceutiques et biotechnologiques

Agent : J.P. Petit Tél. : (613) 991-9482

- **IBEX International Biotechnology Exposition and Scientific Conference** — 6-8 octobre 1992 — San Francisco. Produits de la biotechnologie et matériel relié à l'industrie de la biotechnologie ainsi qu'aux produits biologiques, pharmaceutiques, diagnostiques, vétérinaires, aux tests cliniques, applications agricoles, produits chimiques, transformation des aliments, produits synthétiques, plastiques, combustibles énergétiques et minerais. Les applications de la technologie, le capital de risque et l'investissement font aussi partie de cette manifestation.
- **Mission à IBEX** — 6-8 octobre 1992 — San Francisco. Produits, matériel et technologie de biotechnologie destinés à l'industrie de la biotechnologie qui recherche des transferts de technologie et des investissements.
- **National Home Health Care Exposition** — 14-16 novembre 1992 — Atlanta. Matériel et dispositifs de soins de santé à domicile, matériel et dispositifs médicaux.

Pêcheries, produits marins et matériel connexe

Poissons, crustacés et autres produits marins

Agent : P. Egedy Tél. : (613) 991-9483

- **Colloque sur les espèces de poissons sous-exploitées** — Août 1992 — Boston. Produits de la pêche et fruits de mer. Personne-ressource : Jack McManus, consulat du Canada à Boston. Tél. : (617) 262-3760.
- **Solo Seafood Show** — 12 novembre 1992 - Detroit. Espèces sous-exploitées de poissons d'eau douce et de fruits de mer canadiens. Personne-ressource : Jim Lyons, consulat du Canada à Detroit. Tél. : (313) 567-2340.
- **Promotion de l'aquaculture canadienne** — 4 novembre 1992 — New York. Saumon d'élevage, morue, moules,

pétoncles, truites et toute autre espèce disponible sur une base commerciale. Personne-ressource : Richard Campanale, consulat du Canada à New York. Tél. : (212) 768-2400.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Produits et services environnementaux

Agent : D. Marsan Tél. : (613) 991-9473

- **Solid Waste Association of North America** — 3-6 août 1992 — Tampa (Floride). Fabricants et distributeurs de matériel de manutention de déchets solides; camions et carrosseries, compacteurs de sites de décharge, incinérateurs et services d'experts-conseils.
- **Water Environment Federation (Water Pollution Control Federation)** — 20-24 septembre 1992 — Nouvelle-Orléans. Matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles, matériel de manutention, de traitement et d'élimination des déchets dangereux.
- **Hazardous Materials Management Conference (HazMat West)** — 10-12 novembre 1992 — Long Beach. Matériel de manutention, de traitement, d'entreposage et de transport des matières et des déchets dangereux.
- **Lower Great Lakes Waste and Recycling Expo** — 13-14 novembre 1992 — Buffalo (New York). On mettra l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets industriels et ménagers ainsi que sur le recyclage; toutefois, des entreprises de presque tous les secteurs seront invitées.
- **Hazardous Materials Control (HazMat '92)** — Novembre 1992 — Washington DC. Systèmes et services de ramassage, de confinement et d'élimination des matières toxiques et dangereuses produites par les processus municipaux et industriels.
- **9th Annual New Jersey Environmental Expo** — 19-21 octobre 1992 — Edison (New Jersey). Services et matériel environnementaux pour la gestion des déchets solides, gestion des ressources hydrauliques, évaluation de l'environnement, réduction de la pollution atmosphérique et bonification des sites.

B. Missions

- **Mission à la Biotechnology and Waste Treatment Conference** — 15-16 septembre 1992 — Grand Rapids (Minnesota). Traitement des déchets industriels, mesures correctrices biologiques.
- **Mission dans le domaine des produits et services environnementaux** — Automne 1992 — Boston. Gamme complète de produits et services environnementaux.
- **Mission à la Pennsylvania State-Wide Environmental Event** — Octobre 1992 — Harrisburgh (PA). Services et technologie de génie-conseil.
- **Mission des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) à la Lower Great Lakes Waste & Recycling Expo** — 10-11 novembre 1992 — Buffalo (New York). On mettra l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets industriels et ménagers ainsi que sur le recyclage;

toutefois, des entreprises de presque tous les secteurs seront invitées.

• **Mission des NEEF à la Industrial Waste Water** — Automne 1992 — Pittsburgh. Matériel et services technologiques de traitement des eaux usées municipales et industrielles.

C. Ateliers et colloques

• **Ateliers sur la stratégie d'alignement et de partenariat dans le domaine de l'environnement** - Automne 1992 - Seattle (WA), Washington DC, Pittsburgh (PA), Chicago (IL), Los Angeles CA), Atlanta. Offrir, en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, une série d'ateliers à l'intention de 10 à 15 entreprises canadiennes devant être assorties avec certaines sociétés américaines pertinentes, ayant les mêmes intérêts pour le partage éventuel de la technologie, des alliances stratégiques, des accords de sous-traitance, etc.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Quincaillerie et amélioration du logement

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

• **International Lawn Garden & Power Equipment Show** — 26-28 juillet 1992 — Louisville. Pelouse et jardin, équipement d'alimentation électrique, aménagement paysagiste, hangars d'entreposage.

• **National Hardware Show** — 16-19 août 1992 — Chicago. Quincaillerie, amélioration du logement (bricolage), articles ménagers, pelouse et jardin, fournitures pour animaux d'agrément, pièces de rechange pour automobiles.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Manutention de matières

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

• **Great Lakes Industrial Show** — Novembre 1992 — Cleveland. Diverses machines-outils et machines de fabrication.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Matériel d'emballage

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

• **PMMI Pack Expo** — 8-12 novembre 1992 — Chicago. Machines, matériel et fournitures d'emballage.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Matériel de production

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

• **International Machine Tool Show** — 9-17 septembre 1992 — Chicago. Machines-outils, matériel et fournitures, y compris des machines pour le découpage et le travail des métaux, de l'équipement et des systèmes auxiliaires tels que

le matériel de nettoyage, de dégraissage, de soudure et de traitement thermique, des moteurs, de la robotique, de la technologie de soutien à la fabrication, des fournitures et des denrées consommables, ainsi que des produits et du matériel d'entretien et de sécurité.

• **Design'92** — Octobre 1992 — Edison (New Jersey). Machines de très grande précision, instruments et logiciels de conception assistée par ordinateur (CAO) et de fabrication assistée par ordinateur (FAO), composantes électriques et électroniques, services de soutien en ingénierie, énergie hydraulique, composantes mécaniques, matériaux d'emballage, transmission d'énergie, moules.

Secteurs et services non mentionnés ailleurs

Achats de matériel civil par le gouvernement

Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441

• **Urban and Regional Information Systems Assoc. (URISA) Show** — 13-15 juillet 1992 — Washington D.C. Produits et services relatifs au Système d'information géographique (SIG).

• **FedMicro '92 Show** — 11-12 août 1992 — Washington D.C. Matériel et logiciels d'informatique.

• **Federal Computer Conference** — 5-6 décembre 1992 — Washington D.C. Informatique

• **Mission commerciale** — Septembre 1992 — Los Angeles et San Francisco. Technologie des logiciels.

• **Mission commerciale au U.S. General Services Administration (GSA), Itworth** — Août 1992. Produits commerciaux à déterminer.

Produits du pétrole et du gaz et matériel connexe

Matériel

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

• **Compressed Natural Gas Show** — 7-9 juillet 1992 — Oklahoma City. Matériel et services reliés au secteur du gaz naturel.

• **Society of Exploration Geophysics** — 25 octobre 1992 — Nouvelle-Orléans. Matériel et services connexes destinés à l'industrie du pétrole et du gaz.

Matériel d'alimentation et d'énergie

Matériel et services de transmission et de distribution

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

• **T & D World Expo '92** — 10-12 novembre 1992 — Indianapolis. Matériel, logiciels et services de transmission et de distribution d'énergie.

• **PowerGen** — 17-19 novembre 1992 — Orlando. Matériel, logiciels et services de production et de distribution d'énergie.

La suite de ce calendrier sera
publiée dans le prochain numéro
de *CanadExport*.

Salon des télécommunications en Hongrie

Budapest — L'une des meilleures façons de percer le marché florissant des télécommunications en Europe centrale et de l'Est, c'est de participer à ce qui sera « le salon régional le plus grand qui ait jamais eu lieu ».

D'une superficie d'exposition de 16 000 mètres carrés, **Europa Telecom 92**, qui se tiendra du 12 au 17 octobre dans la capitale hongroise, peut facilement offrir aux principales entreprises internationales de télécommunications un espace suffisant pour qu'elles exposent leurs produits et services.

Parrainée par le gouvernement hongrois, cette foire commerciale internationale qui, comme on le prévoit, attirera plus de 15 000 visiteurs de marque, sera organisée par l'Union internationale des télécommunications (UIT), organisme des Nations Unies spécialisé dans les télécommunications. Elle compte 164 pays membres.

Les cadres d'UTI indiquent que, pendant la prochaine décennie, un montant total de 50 à 60 milliards de dollars (US) devra être investi afin que l'Europe centrale et de l'Est dispose d'une densité téléphonique égale à celle du reste de l'Europe. (Même cette estimation

est conservatrice car elle est fondée sur la densité téléphonique actuelle de l'Europe de l'Ouest.)

Mais une chose est certaine : la nécessité de rattraper le reste du monde en ce qui concerne les réseaux de télécommunications et la technologie modernes signifie que le nouveau marché européen croîtra rapidement — et offrira des « débouchés inégalés » aux fournisseurs de matériel de télécommunications à l'échelle mondiale.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera à **Europa Telecom 92** dans le cadre d'une section de son Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), chargée de faire la promotion de l'exportation — où les entreprises participent aux dépenses. Le ministère aura un pavillon national.

Pour de plus amples renseignements sur la participation à **Europa Telecom 92** ou sur les critères de qualification du PDME, communiquer avec Mme Thérèse Gervais, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF). Télécopieur : (613) 995-6319.

La SCPAA

(Suite de la page 1)

gique et de la compétitivité;

- un objectif stratégique pour chaque marché, devant être atteint pendant une période de trois à cinq ans; et
- une description des activités annuelles de développement de marché et de production destinées à atteindre les objectifs stratégiques au cours des trois premières années de fonctionnement du plan.

Les ministères qui participent aux SCPAA sont Agriculture Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Industrie, Sciences et Technologie Canada et Diversification de

l'Économie de l'Ouest du Canada.

Pour de plus amples renseignements sur la manière dont les SCPAA peuvent aider l'industrie agro-alimentaire du Canada à devenir plus concurrentielle sur les marchés mondiaux, ou pour obtenir la liste des organismes participant aux SCPAA, communiquer avec Elwood Hodgins, Direction générale du développement agro-alimentaire, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

Exposition permanente de produits alimentaires à Moscou

Moscou — Les fabricants canadiens dans l'industrie du matériel de transformation et de préparation des aliments ont une possibilité unique de pénétrer cet énorme marché en Russie.

Ils peuvent exposer - gratuitement - à **Food Equipment 2000**, un « moyen de promotion progressiste » pour le commerce, qui s'ouvrira à Moscou le 15 juillet 1992. La manifestation comprendra aussi une petite boulangerie promotionnelle.

L'exposition, qui est la première permanente de ce genre, permettra aux participants canadiens d'établir des contacts internationaux avec des boulangers, des directeurs d'usines, des cadres du gouvernement et de l'industrie de la boulangerie.

La participation à cette manifestation permettra aux exposants de tirer profit de meilleurs débouchés commerciaux et de développer de nouveaux marchés. Commerce International TJL, qui coordonne ce projet ambitieux, administrera l'ensemble de l'événement, laissant aux exposants le soin d'installer le matériel et d'enseigner au personnel technique de TJL à l'utiliser et à l'entretenir.

TJL, qui exerce des activités dans les domaines du génie de procédés et de la gestion de projets sur le marché russe depuis dix ans, affirme qu'elle connaît à fond l'industrie de transformation des aliments en Russie et qu'elle est « parfaitement qualifiée pour vous représenter » sur ce marché florissant.

Pour de plus amples renseignements sur la façon de tirer parti de cette possibilité d'étendre le territoire des ventes, communiquer avec Mme Susan Léger, coordonnatrice de l'exposition, Commerce International TJL, 6955, boul. Taschereau, bureau 202, Brossard (Québec) J4Z 1A7. Tél. : (514) 443-1392. Télécopieur : (514) 443-9635. Télex : 05-25134 MTL/TJL.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

ÉTATS-UNIS — Un fabricant de matériel agricole utilisé pour la gestion du bétail (surtout des cochons et des vaches laitières) désire élargir sa gamme de produits par des accords de marketing conjoint conclus avec des fabricants canadiens de matériel agricole ou des accords de concession de licences, ou les deux. Les produits éventuels sont, entre autres: **mélangeurs d'aliments pour animaux, prises d'air, chariots à aliments, pompe de caniveau à fumier, nettoyeur d'étable, pompe à piston, revêtement de sol en plastique, épandeur de fumier, machines à traire, laveuses de mamelons, barrette, désensileuse, chariot à aliments avec déchargement à tarière.** Communiquer avec Desmond Benfield, 804 Cornwall Avenue, Waterloo, Iowa 50702. Tél. : (319) 234-4134.

INDE — Une entreprise spécialisée dans les machines de traitement de l'eau et des eaux usées désire conclure des accords de transfert de technologie et de concession de licences avec des sociétés canadiennes, en particulier celles capables de fournir la technologie servant à résoudre des problèmes compliqués qui se posent dans ce domaine. Joindre R.G. Vaidya, Managing Director, Akar Impex Pvt. Ltd., P.O. Box 577, New Delhi 110001, India. Tél. : (011) 8923291. Télécopieur : (011) 8926025. Télex : 3166811 AKAR IN.

POLOGNE — Une entreprise établie à Cracovie, spécialisée dans le commerce

des produits, recherche un **partenaire d'entreprise conjointe** pour la fourniture de **ciment, d'or, de bois débité de construction, d'essence, de déchet de cuivre et d'acier.** La firme, qui peut offrir des **services de consultation complets aux sociétés canadiennes sur le marché polonais**, recherche également des **investisseurs pour un projet d'habitation** en Pologne et désire faire le commerce des produits avec des entreprises canadiennes. Joindre Grzegorz Rzazewski ou Hanna Rzazewski, Inter-Media Business and International Trade Consulting Service, Division of V.V.V. Enterprises Co. Ltd., UL. Florianska 44, Krakow, Poland. Tél. : 011-48-12-229351/229362. Télécopieur : 011-48-12-229344.

TAIWAN — Une entreprise établie à Taipei recherche des fournisseurs canadiens de panneau de plafonnage en laine

de verre, des rouleaux de laine de verre (densité : 16 kg/m³ à 24 kg/m³; épaisseur : 25 mm à 50 mm), des panneaux en bois pressé avec laine de verre (densité : 32 kg/m³ à 100 kg/m³; épaisseur : 15 mm à 30 mm), des panneaux en verre et de l'isolant thermique résistant au feu. Communiquer avec H. Lee, China-Asia Glass Wool Industrial Co., Ltd., 4F, No. 77, Nanking East Road, Section 3, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-5166288. Télécopieur : 886-2-5166289.

TAIWAN — Une firme désire importer des produits de beauté, du shampooing, des détergents, des lotions, du savon de beauté et des nettoyants ménagers. Communiquer avec Fred Chou, Giantrich Enterprises Co., Ltd., 3/F, No. 9, Lane 121, Chung Cheng Street, Hsing Chung City, Taipei Hsien, Taiwan. Tél. : 886-2-2779489. Télécopieur : 886-2-2779121.

PUBLICATIONS

La filière des contrats internationaux de transfert de technologie.

Ce document montre l'importance et l'intérêt d'une véritable coopération entre les entreprises. Il veut faciliter la rédaction des contrats internationaux et rendre leur exécution plus facile.

Cet ouvrage adapté pour la clientèle québécoise traite d'un sujet d'intérêt international. On peut se procurer ce volume au coût de 12.95\$ dans les librairies, chez les concessionnaires et autres distributeurs des Publications du Québec. On peut aussi le commander

par téléphone: (418) 643-5150 ou 1-800-463-2100; par télécopieur: (418) 643-6177.

Marché de l'élevage de bovins au Guatemala, une étude effectuée récemment par l'ambassade du Canada dans la ville de Guatemala, donne un aperçu de ces deux secteurs, contient des statistiques sur les importations et les exportations, traite des tendances du marché et fournit une liste des associations et des distributeurs. Pour recevoir des exemplaires de cette étude, téléphoner au (613) 995-0460 ou par télécopieur, (613) 943-8806.

Numéro à noter

Le numéro de télécopieur du Haut-commissariat à Lusaka est le (011-260-1) 225160.

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2





Affaires extérieures
Commerce extérieur

CANADExport

Vol. 10 N°12

2 juillet 1992

CEA
EA
C16f
10 #12 juillet
DOCS 1992

Le premier plan de promotion du commerce extérieur

L'honorable Michael Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, a dévoilé le tout premier Plan de promotion du commerce extérieur.

Ce document pratique qui aidera les entreprises canadiennes à établir leurs plans et leurs priorités pour l'exploitation de marchés étrangers dans l'année qui vient.

Le Plan comprend une liste des activités de développement de marchés parainées par le gouvernement en 1992-1993 dans tous les grands secteurs d'activité et dans toutes les régions du monde.

«En présentant un Plan cohérent de promotion du commerce extérieur au secteur privé, aux provinces et au grand public, le gouvernement oriente les exportateurs actuels et potentiels vers les marchés prometteurs et esquisse les activités et programmes fédéraux qui peuvent leur ouvrir les portes de ces marchés.» a déclaré le Ministre.

«L'accent mis sur le développement de marchés permettra aussi à nos exportateurs de tirer plus facilement avantage des nouveaux débouchés créés par l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis ainsi que des nouveaux marchés ouverts par la conclusion d'un Accord de libre-échange nord-américain et par l'achèvement des Négociations commerciales multilatérales de l'Uruguay Round.

«Nous publions aussi ce Plan pour connaître le point de vue des gens d'affaires, afin de garantir l'équilibre de nos priorités et de nos objectifs.» a ajouté M. Wilson.

Ce Plan, établi en étroite consultation entre Affaires extérieures et Commerce

Suite à la page 2 — Le Plan

Débouchés dans le secteur des télécommunications en Inde

«En Inde, le secteur des télécommunications est florissant», dit M. Rajeh Pilot, le ministre responsable, qui ajoute que «les services de télécommunications ne sont pas aujourd'hui un luxe mais une condition préalable de progrès économique.»

Cette attitude explique pourquoi l'ensemble du secteur des télécommunications en Inde est sur le point de croître considérablement, offrant des possibilités d'exportation aux petites et

exigent un investissement global de 500 milliards \$ CAN);

- au moins un téléphone pour chaque village;
- des publiphones dans des régions urbaines, facilement accessibles aux personnes qui ne peuvent avoir leur propre téléphone;
- un réseau qui permette aux appels des abonnés de circuler librement; et
- un réseau global voix-données destiné à l'industrie, compatible avec des réseaux internationaux semblables.

Le ministère des Télécommunications veut que l'industrie des télécommunications produise collectivement un million de lignes l'année prochaine et atteigne une capacité de cinq millions de lignes par an d'ici la fin de la décennie. ITI, qui ne produit qu'environ 500 lignes par an, sera évidemment incapable de répondre à cette demande. Par conséquent, les grandes sociétés multinationales seront appelées à remédier à cette insuffisance.

Déjà, Alcatel a établi une entreprise conjointe avec Modi afin de fabriquer des centres de commutation numériques. AT&T s'est associée avec Tata Telecom pour fabriquer du matériel de transmission. Fujitsu a signé un protocole d'entente avec la Punjab Electronic Development Corporation pour produire des centraux électroniques. Motorola, Ericsson et Siemens sont toutes intéressées.

Suite à la page 2 — Le secteur

FOIRES ET MISSIONS AUX ÉTATS-UNIS

Voir pages 4 à 6

moyennes entreprises canadiennes.

Le plan d'expansion découle du processus de libéralisation du milieu de l'année 1991, qui a éliminé le monopole de l'entreprise du secteur public, Indian Telephone Industries (ITI).

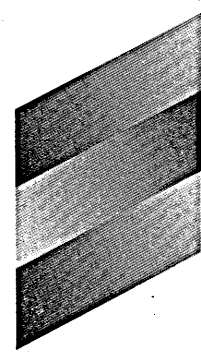
Si les plans actuels sont mis en oeuvre, le ministère des Télécommunications installera, entre 1992 et 1997, 12,5 millions de nouvelles lignes. Par comparaison, au cours des 40 dernières années, seules 4,5 millions de lignes ont été ajoutées. Cette expansion coûtera au Ministère environ 20 milliards \$ CAN.

Compte tenu du fait que le ministère des Communications réalise des profits, et de l'énorme demande accumulée, ces objectifs ne semblent pas irréalistes. M. Pilot fait remarquer que «même un péon désire aujourd'hui posséder un téléphone.»

Les objectifs plus globaux, devant être atteints d'ici l'an 2000, comprennent :

- 20 millions de connexions de téléphone et de télex sur demande (qui

DANS CE NUMÉRO	
Ambassade en Estonie	2
Débouchés commerciaux	3
Foires commerciales au Brésil	7
Publications	8



Canada

Le Plan de promotion du commerce

(Suite de la première page)

extérieur Canada, Industrie, Sciences et Technologie Canada et Investissement Canada, donnera une approche plus cohérente des questions liées au commerce, à la technologie et à l'investissement.

Le Plan de promotion du commerce extérieur a pour but :

- faire mieux comprendre les grands défis et débouchés globaux qui s'offrent au Canada et de souligner la nécessité de développer chez les Canadiens une «culture commerciale» extravertie;
- faire mieux connaître les politiques, activités et programmes fédéraux mis sur pied pour aider les entreprises à maintenir leur compétitivité internationale;
- encourager un dialogue permanent entre le secteur privé et le gouvernement fédéral pour garantir que les priorités, les stratégies et les programmes gouvernementaux répondent aux véritables besoins des sociétés canadiennes; et
- faciliter la coordination des activités avec les provinces de façon à améliorer l'efficacité et à réduire le double emploi.

Le secteur des télécommunications

(Suite de la première page)

sées. La société canadienne Northern Telecom a également une présence dans ce pays.

La technologie et le matériel recherchés sont tous d'avant-garde. En Inde, les interrupteurs existants ont été mis au point à la fin des années 70 et sont produits depuis 1984. Depuis, le progrès avance à pas de géant. A titre d'exemple, mentionnons le grand bond réalisé en ce qui concerne le Busy Hour Call Attempts (bhca) (nombre d'appels pendant l'heure de pointe). Comme l'indique le nom, cela représente environ le nombre d'appels qui peuvent être acheminés en une heure. Actuellement, les centraux offrent un BHCA de 1,2 million, c.-à-d. quatre fois le chiffre actuel relatif aux centraux en Inde.

L'Inde n'offre pas seulement des débouchés aux grandes multinationales; les perspectives sont aussi bonnes pour les entreprises qui peuvent répondre à des créneaux plus petits, et ce, parce que le pays ne développe pas seulement le secteur des télécommunications de base. Le ministère a annoncé qu'il lancera bientôt un appel d'offres à l'échelle mondiale pour l'acquisition de services à valeur ajoutée. Il accordera des franchises dans des secteurs tels que les téléphones cellulaires mobiles, la messagerie vocale, le courrier électronique, l'audioconférence, la vidéoconférence, la recherche de per-

sonnes par radio et le vidéotex.

Parmi les autres domaines qui offrent des possibilités: le matériel périphérique tel que les télécopieurs et les modems. Bon nombre de ces domaines offrent d'importants débouchés, non seulement en raison du très grand nombre d'habitants mais aussi pour des facteurs géographiques. Par exemple, les téléphones cellulaires sont encore confinés aux automobiles, mais ils représentent une vaste application comme option peu coûteuse dans certaines régions rurales et éloignées.

Il existe également des possibilités dans le secteur de l'infrastructure téléphonique par opposition aux services de terminaux. C'est en fournissant ces genres de services et de matériel que de nombreuses sociétés canadiennes petites et moyennes peuvent connaître le plus grand succès.

Pour plus d'information sur le secteur des télécommunications en Inde, communiquer avec M. Antony Page, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-7256. Télécopieur : (613) 996-4309.

Bureau de l'ambassade en Estonie

L'adresse du bureau de l'ambassade à Tallin (Estonie) est la suivante : Bureau de l'ambassade du Canada, Toom Kooli 13 - 2^e étage, EE 0001 Tallin, Estonie. Les numéros de téléphone sont le (7-0142) 449-056 (local) ou le (358) 298103 (par la Finlande). Le numéro de télécopieur est le (358) 298104 (par la Finlande).

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamorsé

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, envoyez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

CAMEROUN — Entrepreneur cherche à s'établir dans la petite industrie pour fabriquer des courroies de transmission en caoutchouc et des systèmes de roulements à billes. A cet effet, il aimerait entrer en contact avec des fournisseurs de machines et d'équipements du secteur. Communiquer avec B.M.G., a/s Section Commerce, Ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Télécopieur: (237) 22 10 90.

CAMEROUN — Société de transport, spécialisée dans le groupage rail, route, camionnage urbain et transport de colis express, recherche partenaire pouvant lui apporter une expertise dans la gestion de l'entreprise (contrôle des coûts d'opérations) et un financement pour accroître sa flotte de camions et pick-ups. Communiquer avec Link S.A., a/s Section Commerce, Ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Télécopieur: (237) 22 10 90.

CAMEROUN — Entreprise cherche partenaires ayant de l'expertise dans le domaine de l'exploitation de carrières et pouvant participer à l'accroissement du capital ainsi qu'à l'acquisition des équipements lourds neufs ou usagés: niveleuses, chargeurs, camions bennes, chenilles, compacteurs et concasseurs. Communiquer avec David Undoa, a/s Section Commerce, Ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Télécopieur: (237) 22 10 90.

LITUANIE — Une entreprise commerciale spécialisée en informatique désire acheter divers articles, notamment des **modems** (2400, 9600, V42); des **disquettes** (haute densité 5.25/3.5); des **imprimantes par points** (toutes les dimensions de chariots, 9 et 24 pointes); des **ordinateurs portatifs** (286 12-16MHZ); des **ordinateurs de bureau** (386 25-33MHZ); des **ordinateurs verticaux** (468 33MHZ); et des ordi-

nateurs de grande puissance. Cette société désire également obtenir des listes de prix, des renseignements sur les frais d'expédition et les modalités de livraison. Communiquer avec Paulius Urbonas, Gojus International Ltd., Putvinskio 12A, Kaunas 3000, Lituanie. Télécopieur: (70127) 225-642. Télex: 269896 RELAX SU.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise, qui représente Softdisk Publishing Inc. et fabrique des versions locales des produits de cette société et participe à la mise au point de logiciels spécialisés destinés aux réseaux en direct désire acquérir des **logiciels et des services informatiques en direct au moyen d'un modem**. Communiquer avec Alistair Stevens, I.T. Manager, Hargon International Ltd., P.O. Box 21-423, Henderson, Auckland, New Zealand. Tél.: (09) 837-1759.

Télécopieur: (09) 838-5663.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise spécialisée dans la réparation, l'entretien et la modification de tous les types de machines de terrassement, de grues et de camions utilisés dans la foresterie, l'exploitation minière et le transport recherche un fournisseur de **pièces détachées pour ses divisions de réparation et d'entretien**. La société, qui voudrait devenir un représentant local pour fournir toutes les opérations semblables en Nouvelle-Zélande, désire aussi **importer et fournir des véhicules spéciaux** (camions tous ponts moteurs et véhicules pour l'élimination des déchets). Communiquer avec Wayne Fisk Director, Wayne D. Fisk Limited (Diesel & Automotive Services), P.O. Box 35-064, Lower Hutt, New Zealand. Tél./Télécopieur: 64-4-567-3069.

Résultats du programme commercial à l'étranger

Le tableau suivant, couvrant la période d'avril à juin 1991, résume les activités de l'ensemble du programme commercial à l'étranger d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Le rapport couvre des statistiques clés, sur les ventes et les demandes de renseignements relatives au commerce et aux investissements, présentées par 80 missions réparties dans les cinq grandes régions du monde.

REGIONS	MISSIONS		NOMBRE DE VENTES		VALEUR DE VENTES	
	TOTAL	DECLARANTES	A L'EXPORTATION		A L'EXPORTATION (\$M)	
Afrique/Moyent-Orient	17	14	34		621	
Asie/Pacifique	19	14	95		241	
Europe	27	25	91		657	
Amérique Latine/Antille	14	14	62		173	
Etats-Unis	13	13	374		236	
Total	90	80	656		1928	
REGIONS	DEMANDES		DEMANDES		VOYAGEURS D'AFFAIRES	
	SUR LE COMMERCE		SUR L'INVESTISSEMENT		Cdn Pr/Pub Loe Pr/Pbu	
Afrique/Moyen-Orient	3313	2811	32	102	448/434	681/587
Asie/Pacifique	707	7228	413	428	829/802	2336/2515
Europe	7645	7519	538	683	2112/723	1931/866
Amérique Latine/Antille	9979	11143	75	61	513/895	877/2755
Etats-Unis	8228	7063	338	471	1781/777	1692/622
Total	36237	35764	1396	1745	5683/3631	7517/7345

Calendrier 92-93 des manifestations commerciales aux É.-U.

Voici les événements commerciaux qui auront lieu en 1992-1993 et auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) compte participer. La première partie a été publiée dans *CanadExport*, vol. 10, n° 11, 15 juin 1992. Il est possible d'obtenir de plus amples renseignements sur ces activités auprès des agents chargés des divers secteurs.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Matériel informatique, logiciels, informatique, traitement des données, bureautique

Agent : G. Willows Tél. : (613) 993-6576

- **NetWorld Dallas** — 13-15 octobre 1992 — Dallas. Matériel, logiciels, périphériques et accessoires de réseaux axés sur les ordinateurs personnels (OP).
- **Comdex Fall** — 16-20 novembre 1992 — Las Vegas. Systèmes d'ordinateurs de faible puissance, matériel et logiciels, périphériques et accessoires.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Composantes électroniques

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

- **Mission au Canada** — Février 1993 — Atlanta/Ontario. Composantes électroniques, matériel d'essai, matériel de fabrication et de production, y compris les logiciels.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Télécommunications

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

- **ComNet'93** — Janvier 1993 — Washington. (Voir Achat, de matériel civil par le gouvernement)

Agriculture, produits alimentaires et services

Produits alimentaires semi-transformés et transformés, et boissons

Agent : P. Egedy Tél. : (613) 991-9483

- **Exposition individuelle de produits alimentaires et de boissons et mission d'acheteurs américains** — Le 2 février 1993 — Vancouver (C.-B.) Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.
- **Solo Food and Beverage Show** — Le 3 février 1993 — Boston (Massachusetts). Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.
- **All-Canadian Wine Championships** — Le 7 février 1993 — Detroit (Michigan). Vins et spiritueux.
- **Mission d'acheteurs américains au Canadian Food and Beverage Show** — 14-16 février 1992 — Toronto. Produits alimentaires, boissons, fruits de mer destinés au commerce d'alimentation collective.

- **Winter International Fancy Food and Confection Show** — 28 février au 2 mars 1993 — San Francisco. Spécialités gastronomiques.

- **Natural Products Expo West** — 23-25 mars 1993 — Anaheim (Californie). Aliments organiques et naturels, produits relatifs au style de vie destinés aux points de vente au détail.

- **Canadian Food and Beverage Show** — Mai 1993 — Minneapolis. Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.

- **Canadian Wine Tasting** — Mai 1993 — Buffalo. Vins et spiritueux.

Produits chimiques, produits pétrochimiques, matériel connexe, services, plastiques

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

- **SPE (Society of Petroleum Engineers)** — 4-7 octobre 1992 — Washington. Matériel de forage de champs pétrolifères, d'extraction et de pipeline, ainsi que du matériel et des services de laboratoire, du matériel de recherche et de sécurité ainsi que des logiciels destinés aux lieux de travail.
- **Plastics USA** — 13-15 octobre 1992 — Chicago. Tous les segments de l'industrie des plastiques, y compris des machines, des matières plastiques, des produits traités, des instruments et du matériel de contrôle des procédés.

Produits de consommation

Vêtements et chaussures

Agent : N. Peacock Tél. : (613) 991-9476

- **CANADA MODE** — Février 1993 — New York. Vêtements féminins de prix moyens.
- **Midwest Men's Wear Collective** — Février 1993 — Chicago. Voir plus haut.
- **Mission NEXUS au Super Show** — Février 1993 — Atlanta. Vêtements d'athlétisme.

Produits de consommation

Objets d'art, produits artisanaux et articles cadeaux

Agent : T. Weinstein Tél. : (613) 991-9479

- **Mission américaine au Atlantic Craft Trade Show** — Février 1993 — Halifax. Objets d'art, produits artisanaux, vêtements, articles cadeaux.

Produits et services de consommation

Industries culturelles (publication de livres, films et vidéos, arts du spectacle, enregistrement sonore).

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

Salons régionaux du livre

- **Hiver** — Janvier 1993 — Chicago.

Film et vidéo

- **Solo Show - Canadian Connection** — Novembre 1992 — Los Angeles. Lieux de tournage et services canadiens pour la production de films et de vidéos.
- **Participation au IPS Meeting** — Novembre 1992 — Baltimore. Films et vidéos canadiens choisis.

Produits et services de consommationMeubles

- Agent : T. Weinstein Tél. : (613) 991-9479
- **Mission au Marché du mobilier de Toronto** — 10-13 janvier 1992 — Toronto. Gamme entière de meubles résidentiels, d'accessoires et de literie.
 - **Pavillon national au Designers Saturday Furniture Show** — 15-17 octobre 1992 — New York. Meubles de bureau et sièges.
 - **Mission au International Interior Design Exposition (IIDEX)** — 20-22 novembre 1992 — Toronto. Meubles de bureau et accessoires.
 - **Solo Institutional Furniture Show** — Date à déterminer — Minneapolis. Soins de santé, meubles d'institution.
 - **Solo Office Furniture Show** — Date à déterminer — Dallas. Meubles de bureau et sièges.
 - **Solo Office Furniture Show** — Date à déterminer — Chicago. Meubles de bureau et sièges.

Construction et produits connexesProduits en bois transformé

- Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486
- **National Association of Home Builders (NAHB)** — 19-22 février 1993 - Las Vegas. Produits et matériaux de construction et services connexes.

Pêcheries, produits marins et matérielPoissons, crustacés et matériel marin

- Agent : P. Eged Tél. : (613) 991-9483
- **Seafare International Southwest '93** — 10-12 février 1993 — Long Beach (Californie). Poissons et fruits de mer. Personne-ressource: Carl Light, consulat du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 687-7432.

Machines industrielles et matériel environnementalProduits et services environnementaux

- Agent : D. Marsan Tél. : (613) 991-9478
- **Stand d'information à Petro-Safe '93** — Janvier 1993 — Houston. Détection de matières dangereuses, matériel de traitement et d'élimination, matériel de prévention des incendies et de lutte contre ces derniers, systèmes de confinement et de nettoyage des déversements de pétrole, matériel d'incinération.
 - **Atelier de technologie océanographique** — 27 février 1993 — Newport. Cet atelier a pour objectif de promouvoir le commerce, les entreprises conjointes, les alliances stratégiques et les projets de développement conjoint entre des organismes canadiens et américains. On prévoit la participa-

tion de 150 personnes représentant des entreprises et des organismes participant à tous les aspects de la technologie marine, y compris le matériel, les logiciels, l'ingénierie, l'exploration, le génie-conseil et la protection de l'environnement. Les participants canadiens auront la possibilité d'exposer leurs produits et services et de rencontrer des partenaires américains, des collaborateurs et des acheteurs éventuels.

- **Hazardous Material (HazMat Central)** — Avril 1993 — Chicago. Gestion des matières dangereuses.
- **National Home Centre Show** — 21-24 mars 1993 — Chicago. Amélioration du logement (bricolage), équipement de jardin et de pelouse, quincaillerie.

Machines industrielles et matériel environnementalMatériel de manutention

- Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475
- **ProMat 93** — Matériel et systèmes de manutention des matières, y compris le déplacement, l'entreposage, le contrôle et la protection de produits tout au long du processus de fabrication, de distribution, de consommation et d'élimination.
 - **Association of Iron and Steel Engineers** — Septembre 1993 — Pittsburgh. Matériel d'aciérie et matériel utilisé pour la production et le traitement des métaux.
 - **Fabtech '93** — Octobre 1993 — Rosemont (Illinois). Fabrication de tôles et machines de traitement.

Matériel et services d'alimentation électrique et d'énergieMatériel de chauffage

- Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486
- **Air-Conditioning, Heating and Refrigeration Exposition (ASHRAE)** — 25-28 janvier 1992 — Chicago. Tous les aspects du chauffage, de la ventilation et de la climatisation.

Secteurs et servicesAchats civils du gouvernement

- Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441
- **Mission commerciale à TechExpo** — Octobre 1992 — Washington, DC. Informatique, matériel, logiciels et services.
 - **Mission commerciale au U.S. General Services Administration (GSA)** — Janvier 1993 — Itworth. Mission commerciale (date à déterminer).
 - **Communications Networks (ComNet) '93** — 2-4 février 1993 — Washington, DC. Liaison en phonie, transmission de données, produits de réseaux.
 - **Federal Office Systems Exposition (FOSE)** — Mars 1993 — Washington, DC. Informatique.

Secteurs/Services

- Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441
- **Mission de partenariat commercial** — Janvier 1993 -

Boston. Géomatique.

- **Mission commerciale** — Mars 1993 — El Paso.

Secteurs et services mentionnés nulle part ailleurs

Industries de services

Agent : D. Conrad

Tél. : (613) 998-9441

- **Mission d'acheteurs américains** — Septembre 1992 — Toronto et Moncton. Génie-conseil.
- **Mission de décoration intérieure et d'architecture** — Septembre 1992 — Atlanta. Décoration intérieure et architecture.
- **Mission commerciale** — Novembre 1992 — Atlanta. Services environnementaux.
- **Mission commerciale** — Octobre 1992 — San Francisco et Los Angeles. Services d'informatique.
- **Mission commerciale** — Octobre 1992 — Seattle.
- **Mission commerciale** — Octobre 1992 — Atlanta. Logiciels de défense et environnement.

Systèmes de transport et matériel connexe

Automobiles

Agent : A. Mc Bride

Tél. : (613) 993-5149

- **Mission dans le domaine du transport urbain** — Août 1992 — De Los Angeles à Toronto et Montréal. Matériel et technologie reliés à l'exploitation de systèmes de transport urbain.
- **Ohio Automotive Wholesalers Show** — **PRODUITS** : Pièces de rechange et équipement pour automobiles.
- **Intermodal Expo '92 (Atlanta)** — Services de transport normalisés. Transport.

Systèmes et matériel de transport

Automobile.

Agent : A. McBride

Tél. : (613) 993-5149

- **Mission de représentants du transport public urbain de**

San Francisco à Vancouver ou Toronto — Octobre 1992 — Produits reliés à la gestion des systèmes de transport public urbain.

- **Sema/Big "1" Show** — 3-6 novembre 1992 — Las Vegas. Pièces et accessoires destinés à des véhicules spéciaux et de haute performance.
- **Mission de Detroit dans le domaine du transport public** — Janvier 1993 — Toronto. La mission étudiera la technologie du gaz naturel comprimé au Canada.
- **SAE (Society of Automotive Engineers)** — Février 1993 — Detroit. Secteur du matériel automobile original.
- **Mid-American Trucking Show** — Mars 1993 — Louisville (Kentucky). Grande variété de pièces et d'accessoires pour camions, destinés aux secteurs du matériel original et des pièces de rechange.
- **Missions d'acheteurs de Nouvelle-Angleterre dans le domaine du transport public** — Mars 1993. Matériel, systèmes et technologie de transport public.

Systèmes de transport et matériel connexe

Bateaux de plaisance, de travail et accessoires

Agent : J.P. Petit

Tél. : (613) 991-9482

- **IMTEC (International Marine Trade Exhibit and Convention)** — Première semaine d'octobre 1992 — Chicago. Bateaux de plaisance et accessoires marins.
- **The Fort Lauderdale International Boat Show** — 29 octobre - 2 novembre 1992. Bateaux de plaisance et accessoires marins.
- **Mission d'acheteurs au Toronto International Boat Show** — 10-19 janvier 1993 — Toronto. Bateaux de plaisance et accessoires marins.
- **The Miami International Boat and Sailboat Show** — 13-19 février 1993 — Miami. (Les dates précises seront déterminées plus tard au cours de l'année). Bateaux de plaisance et accessoires marins.

Salon des fournisseurs aux chemins de fer à Chicago

Chicago — Il reste quelques places au pavillon national du Canada au **Railway Supply Association Exposition**, qui se tiendra dans cette ville du 20 au 23 septembre 1992.

Le Canada a déjà participé à cet événement qui a lieu une fois tous les quatre ans. C'est le salon principal de chemins de fer aux États-Unis.

Les organisateurs disent que la

Railway Supply Association Exposition est un excellent salon pour les fabricants et les importateurs nationaux et internationaux de pièces, de matériel et de services car les entreprises qui participent à cette manifestation fournissent des produits et des services aux industries des chemins de fer et exploitent des chemins de fer partout dans le monde.

Pour se renseigner sur l'exposition et les coûts de participation, communiquer, le plus tôt possible, avec M. Alan D. McBride, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Téléphone: (613) 993-5149. Télécopieur : (613) 990-9119.

Entreprises recrutées pour participer à une exposition importante de pétrole et de gaz à Rio

Rio de Janeiro — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) recrute des sociétés pour participer au plus grand salon de l'industrie pétrolière en Amérique latine.

Rio Oil and Gas Expo '92, à laquelle AECEC organisera un pavillon national pour la troisième année consécutive, se tiendra du 18 au 23 octobre. Cette exposition pourrait également être l'élément principal d'une mission commerciale combinée à des activités reliées au pétrole qui auront lieu en Colombie et en Argentine autour de ces mêmes dates.*

En 1990, Rio Oil and Gas Expo (manifestation biennale) a attiré 25 000 visiteurs. Trois cent seize entreprises exposantes venaient de 31 pays. Cette année, le nombre de participants devrait être supérieur car Expo '92 coïncide avec les assemblées annuelles de l'Association latino-américaine des entreprises appartenant à l'État (ARPEL).

La participation à Rio Oil and Gas Expo permet aux sociétés d'exposer leurs produits et services dans ce secteur qui offre aux entreprises canadiennes des possibilités d'exportation.

Ces débouchés comprennent les systèmes de production en eaux profondes, la technologie de forage oblique et horizontale, la technologie relative aux pipelines, les systèmes SCADA, la technologie environnementale et les systèmes de logiciels.

Il existe aussi des possibilités dans le secteur croissant du gaz naturel au Brésil; elles comprennent notamment les services de consultation en matière de distribution, les usines de traitement, les compresseurs et les turbines, la transformation du gaz naturel pour véhicules, les instruments et les systèmes de logiciels.

L'un des parrains de l'événement, Petrobras, le conglomérat du pays dans les domaines du pétrole et du gaz, importe de plus en plus de la technologie de pointe.

Avec son nouveau réseau informatisé d'approvisionnement, chacun des bureaux de Petrobras peut dresser une liste de fournisseurs préqualifiés (extérieurs et intérieurs) et communiquer directement avec eux pour obtenir des offres. (Un bureau affilié à Houston (Texas) est chargé des achats de Petrobras à l'extérieur de l'Amérique du Nord).

* Si l'industrie canadienne manifeste de l'intérêt, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada envisage de participer au *Colombian Petroleum Congress* (13-16 octobre 1992) et à une

mission en Argentine (26-29 octobre 1992). Ces activités seraient entreprises dans le cadre d'une mission commerciale relative à Rio Oil and Gas Expo '92. Les entreprises qui s'intéressent à Rio Oil and Gas Expo ainsi qu'à la mission éventuelle qui s'y rapporte doivent s'adresser à M. Carlos Munante (tél. : 613-996-2268) ou à M. Sven Blake (tél. : 613-996-4199), Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles. Le numéro de télécopieur de ces deux personnes-ressources est le (613) 943-8806.

Foire commerciale de bétail et d'agriculture au Brésil

Porto Alegre — EXPOINTER, l'une des foires commerciales les plus importantes de bétail et d'agriculture en Amérique latine, aura lieu à Porto Alegre, dans l'État de Rio Grande do Sul, du 29 août au 6 septembre.

Pour la septième année consécutive, le Canada participera à EXPOINTER, à titre d'exposant institutionnel, avec un grand stand d'information. Ceci améliorera la réputation du Canada comme fournisseur de matériel génétique au marché brésilien du bétail qui occupe le deuxième rang dans le monde. Grâce au développement à long terme de la technologie et à son application de façon continue, le Canada est devenu l'un des meilleurs partenaires des éleveurs brésiliens.

En 1991, quinze entreprises et deux gouvernements provinciaux (Saskatchewan et Ontario) ont représenté le Canada à cette foire commerciale. Les ventes d'animaux de reproduction, de matériel génétique et de technologie d'insémination artificielle au Brésil ont augmenté au cours de la dernière décennie en raison de la forte présence du Canada sur le marché. En août 1991, on

prévoyait, pour la période de 1991-1992, des ventes de 2 M \$CAN. La plupart des entreprises qui ont participé au cours des années précédentes sont maintenant bien établies dans ce secteur, avec d'excellentes perspectives de ventes supplémentaires sur un marché croissant et dynamique.

Cette année, le Canada aura un pavillon réorganisé afin de mieux mettre en évidence les capacités et les activités de son secteur privé au Brésil. Par conséquent, outre le fait que les participants pourront utiliser les installations générales du pavillon, ils pourront exposer leurs produits et faire connaître leur entreprise plus efficacement.

Pour participer à EXPOINTER BRAZIL '92, communiquer avec le consulat général du Canada à Sao Paulo, au Brésil (télécopieur : (55-11) 251-5057), ou avec M. Sven Blake à la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, téléphone (613) 993-4199 ou télécopieur (613) 943-8806, le plus tôt possible afin de prendre les dispositions nécessaires. Les participants contribueront aux frais de participation.

PUBLICATIONS

«La qualité en action»

La manière de parler de la qualité dans un contexte d'entreprise et la façon de gagner l'assentiment intellectuel d'une société ou d'un particulier puis de les convaincre d'entreprendre des actions appropriées sont traitées dans *Quality in Action*, une publication que l'on peut obtenir à 34,95 \$ de John Wiley and Sons Canada Limited. Tél. : (416) 236-4433. Télécopieur : (416) 236-4448.

Offensive nord-sud

Plan de marketing 1992/93 donne en détail, dans un seul volume complet, les dates, les lieux et les personnes-ressources en ce qui concerne les foires et les missions commerciales ainsi que les manifestations reliées à l'exportation, axées sur les États-Unis, que la Direction générale de la promotion, du commerce, du tourisme et de l'investissement aux États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada compte organiser entre le 1^{er} juin 1992 et le 31 mars 1993. Une liste partielle figure à la page 4. Il est possible de se procurer ce livret qui contient toutes les informations, en mentionnant le code #96UF, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page).

La technologie de pointe

Un *Guide to International Trade Fairs and Missions: Advanced Technology Sector* pour 1992-1993 énumère les activités financées par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) dans ce secteur, auxquelles le Ministère participera

officiellement. Les manifestations — reliées au matériel informatique et aux logiciels, aux communications, à l'électronique, à la télévision et à la radiodiffusion, à la géomatique, ainsi qu'aux secteurs multiples — sont énumérées selon les régions : États-Unis, Europe, Asie et Pacifique, Amérique latine et Antilles, Afrique et Moyen-Orient. Il est possible d'obtenir des exemplaires du guide ou d'autres renseignements sur les événements auprès de la Direction des technologies de pointe (TAE), Direction générale du marketing international, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 944-0050.

Haute technologie aux Pays-Bas

Canada-Netherlands Overview: A High Tech Perspective décrit brièvement le marché et illustre les possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans divers secteurs de haute technologie.

Ceux-ci comprennent les télécommunications (acquisition de données et systèmes de contrôle); le matériel informatique (périphériques et matériel complémentaire d'OP); les logiciels (graphiques spéciaux, conception assistée par ordinateur (CAO) et gestion assistée par ordinateur (GAO), éditique); les systèmes d'information géographique (partenariat stratégique); et les instruments (automatisation industrielle, matériel électronique et de laboratoire, et applications de contrôle de procédés).

Les autres secteurs et débouchés sont notamment la défense (simulateurs,

véhicules téléguidés, sonar, systèmes de dragage de mines); l'aérospatiale (systèmes, composantes et pièces); et les produits électriques et électroniques (possiblement les composantes électromédicales et les composantes électroniques militaires).

En outre, des possibilités de projets conjoints existent dans les domaines des télécommunications, du traitement du langage et des images, des nouveaux systèmes de production, du transport et des systèmes de logistique.

Le rapport est disponible auprès de la Division commerciale, ambassade du Canada, B.P. 30820, 25 Parkstraat, 2500GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (011-31-70) 361-4111. Télécopieur : (011-31-70) 356-2823.

Le marché de l'informatique en Jamaïque

Une étude détaillée intitulée *Le marché des ordinateurs en Jamaïque* (71LF) indique qu'en 1990 la Jamaïque a importé du matériel informatique et d'autres machines de traitement des données pour une valeur de sept millions de dollars US. L'étude montre que les entreprises canadiennes pourraient accaparer une part accrue de ce marché - certainement supérieure aux parts de 1 % et de 4 % acquises au cours des cinq dernières années. L'on peut se procurer un exemplaire de l'étude, qui comprend une liste des distributeurs d'ordinateurs en Jamaïque et des renseignements sur les droits et les pratiques de douane, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page 8).

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2



CAI
EA
16 f
U-10
#13
1992
DOCS-1

LATEST ISSUE
DÉNIER
NUMÉRO

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 13

15 juillet 1992

Croissance du marché des services de sécurité en Belgique

En Belgique, le marché des services et du matériel de sécurité devrait croître à un taux de 5 %, d'après un rapport envoyé par l'ambassade du Canada à Bruxelles.

Selon l'étude de ce secteur, il existe deux marchés entièrement différents en Belgique en ce qui concerne le matériel de sécurité. L'un d'eux est un marché limité de produits non professionnels, bon marché, vendus principalement par l'intermédiaire de points de distribution indépendants et de commandes par correspondance au moyen de catalogues.

Le deuxième marché concerne les produits et services sophistiqués et fiables. Ce secteur est très susceptible de croître, car toutes les compagnies d'assurance

informent les cibles éventuelles de vols et d'entrées par effraction qu'elles ne seront assurées que lorsque du matériel approuvé, installé par des installateurs détenteurs d'une licence et couvert par un contrat d'entretien adéquat, sera en place.

DANS CE NUMÉRO	
Débouchés commerciaux	3
Marché agro-alimentaire au Japon et en Corée.....	4
Foires internationales	5-7
Calendrier et publications	8

Croissance du marché

Le rapport indique que la demande (les importations ont atteint un total de 360 millions \$ US en 1990) de systèmes de sécurité de très bonne qualité devrait augmenter pour les raisons suivantes :

- La Belgique est le siège de nombreux organismes internationaux et de multinationales;
- Le nombre d'entrées par effraction a augmenté d'environ 300 % au cours de la dernière décennie;
- On craint les activités terroristes;
- Les compagnies d'assurance n'acceptent d'assurer le vol de voiture que lorsque le véhicule est doté d'un système autorisé conforme aux règlements rigoureux. Actuellement, seuls 10 % des voitures sur le marché sont pourvues d'un système d'alarme.

La Nouvelle-Zélande exige des certificats de salubrité pour les produits agro-alimentaires

Les services douaniers de la Nouvelle-Zélande ont publié la liste suivante de produits importés du Canada qui doivent être accompagnés d'un certificat de salubrité afin d'être libérés du contrôle douanier. Ce sont les suivants :

- Céréales pour petit déjeuner et Mueslis
- Céréales, farine et produits amylacés
- Céréales, grain entier
- Fromage
- Crustacés et mollusques
- Noix de coco séchée
- Noix comestibles
- Extraits de jus de viande, de poissons, de crustacés et de mollusques
- Poissons et produits à base de poisson
- Farines et moulées de graines ou de fruits oléagineux
- Cuisses de grenouilles congelées
- Fruits séchés, glacés, confits ou cristallisés
- Jus de fruits et de légumes
- Fruits, noix, pelure de fruits et autres parties des plantes
- Fines herbes, épices et poudre de cari

- Champignons et truffes, préparés ou conservés par des produits autres que le vinaigre et l'acide acétique
- Noix, arachides et autres graines
- Autres légumes préparés ou conservés par des produits autres que le vinaigre et l'acide acétique, non congelés
- Viande préparée ou conservée dans des conserves ou des bocaux hermétiques, à l'exception des préparations de sang
- Foies d'animaux préparés ou conservés
- Dinde préparée ou conservée
- Sauces et préparations à base de sauces
- Graines de sésame
- Huile de sésame
- Soupes, bouillons et préparations à base de soupes et de bouillons.

Pour d'autres renseignements, communiquer avec M. Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

Accès au marché

Les entreprises canadiennes qui veulent réussir à percer sur ce marché très ouvert — il n'existe pas de barrières importantes aux importations — devraient choisir un agent, un distributeur ou un installateur détenteur d'une licence, ou établir une filiale et entamer la procédure d'obtention d'une licence.

Ces sociétés doivent aussi faire approuver leur matériel par l'A.N.P.I., un laboratoire d'essai sans but lucratif, mis sur pied par l'Association des compagnies d'assurance de Belgique.

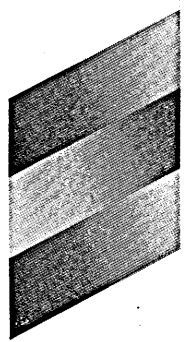
La concession de licences aux entreprises de matériel et de services de sécurité est régie par une loi. Celle-ci, adoptée en 1990, devrait être étudiée avec soin par les sociétés qui envisagent de s'établir en Belgique. Les demandes doivent être présentées au ministère de l'Intérieur.

Foires commerciales

Les entreprises canadiennes pourraient envisager de visiter un certain nombre de foires commerciales reliées à la sécurité

Suite à la page 4 — Sécurité en Belgique

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Le défi du commerce international se poursuit

Le métier de délégué commercial offre de nombreuses manières stimulantes de servir la communauté d'affaires canadienne. Diriger CanadExport pendant trois années fut l'une des plus stimulantes d'entre elles.

Avec une petite équipe dynamique, ce bulletin a été transformé en outil de travail pour les entreprises exportatrices. Ce que nous y publions doit répondre à un critère précis : « Cette information peut-elle aider un chef d'entreprise à prendre une meilleure décision en matière de commerce international. »

L'autre point que nous avons jugé essentiel est de fournir les noms et les numéros de téléphone des personnes capables d'aider les lecteurs sur chacun des sujets traités, que ce soit l'obtention d'un octroi, la participation à une foire ou la découverte d'un nouveau marché.

L'accueil enthousiaste que les lecteurs ont réservé à la nouvelle formule de CanadExport a été extrêmement gratifiant pour l'équipe qui le prépare. Cet accueil se mesure de plusieurs façons : le courrier direct, les demandes quotidiennes d'abonnement, la fureur des lecteurs qui craignent de perdre un numéro du bulletin parce que leur changement d'adresse n'a jamais été fait avec suffisamment de diligence. Mais c'est surtout l'utilisation quotidienne des numéros de téléphone et des contacts que nous fournissons pour participer d'une manière ou d'une autre au commerce international qui a été pour nous l'élément le plus déterminant pour évaluer notre travail.

Sous une nouvelle direction, CanadExport va continuer de mettre au service des entreprises le large éventail des connaissances et de l'expertise internationales disponibles dans ce ministère et dans nos postes à l'étranger.

De nouvelles formules se sont répandues au cours des dernières années pour préserver les parts de marché : le partenariat stratégique, les entreprises conjointes, les accords de production. La vocation d'excellence de ce bulletin l'amènera à suivre de près la manière de faire du commerce international.

Pour ma part, je retourne sur le terrain, à Barcelone, aider les entreprises canadiennes à percer et réussir sur le marché espagnol. Ce sera un grand plaisir et un privilège d'y servir les lecteurs de CanadExport.

René-François Désamoré
Rédacteur en chef

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Le Prix des agents du service extérieur



M. Robert Turner, délégué commercial du Canada à Santiago (Chili), a reçu le Prix 1992 des agents du service extérieur pour ses efforts et ses accomplissements exceptionnels en faveur de l'accroissement du commerce et des investissements canadiens tant au Chili que dans toute l'Amérique latine.

Le bureau commercial de l'ambassade à Santiago compte, de façon constante, parmi les plus performants de la région.

M. Turner a réussi à établir des relations étroites entre 17 sociétés minières canadiennes et le secteur minier chilien. Il a aussi mis sur pied le Conseil commercial Canada-Chili, qui vise à resserrer les liens commerciaux entre les deux pays.

Citation pour CanadExport



Lors de la même cérémonie, M. René-François Désamoré, rédacteur en chef de CanadExport, a reçu une citation « pour avoir développé un bulletin d'information fort utile, destiné aux exportateurs canadiens ».

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

COSTA RICA — Le directeur du projet a communiqué avec l'ambassade du Canada afin de déterminer l'intérêt des entreprises canadiennes à participer à la planification, à la conception et à la construction d'une usine d'emballage de viande dans la région de San Carlos, qui connaît un développement rapide. L'usine sera destinée à transformer 48 000 boeufs de boucherie par an, et elle comprendra plus tard des installations de transformation des produits secondaires. On peut obtenir des renseignements sur la disponibilité des programmes canadiens qui visent à aider les exportateurs dans ce genre d'entreprise auprès des centres de commerce international (Industrie, Sciences et Technologie Canada) dans les grandes villes canadiennes. Il est possible que des fonds de l'Agence canadienne de développement international soient disponibles. Les sociétés canadiennes qui désirent discuter du projet ou se renseigner sur celui-ci doivent communiquer avec M. Rodrigo Alberto Carazo Z., Project Executive, Apartado 896 Centro Colon (1007), San Jose, Costa Rica. Tél./Télécopieur : 506-28-6149.

COSTA RICA — Une entreprise bien établie à San José recherche des investisseurs qui s'intéressent aux possibilités de participation au capital dans le cadre d'un projet de tourisme et de développement sur le littoral du Pacifique. Le projet comprend la construction d'une station estivale de haute qualité qui comportera des bungalows pour quatre personnes, un immeuble supplémentaire à un étage, des installations de casino, une piscine, un bar au bord de la piscine et des terrains de tennis. Communiquer avec M. Freddy Alvarado, Centram Enterprises Ltd., 408-2120, San Francisco, Goicoechea, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33 01 86. Télécopieur : (506) 23 91 51.

COSTA RICA — Un spécialiste de

l'assemblage de produits électroniques légers recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour effectuer l'assemblage à l'étranger et tirer parti des installations dans les zones franches commerciales de la région. L'entreprise possède une vaste expérience dans la production des dispositifs de sécurité, des PCB et des appareils électroniques grand public. Joindre avec M. Freddy Alvarado, Centram Enterprises Ltd., 408-2120, San Francisco, Goicoechea, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33 01 86. Télécopieur : (506) 23 91 51.

COSTA RICA — Un fabricant régional

de systèmes de transporteurs industriels et agricoles recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour fabriquer et distribuer des systèmes de transporteurs sur les marchés intérieurs et extérieurs. Actuellement, la société produit une vaste gamme de transporteurs, notamment des transporteurs à courroie motorisés, des systèmes de transport de grains et des transporteurs par gravité. Communiquer avec M. Freddy Alvarado, Centram Enterprises Ltd., 408-2120, San Francisco, Goicoechea, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33 01 86. Télécopieur : (506) 23 91 51.

Débouchés dans le secteur agricole mexicain

Les changements dans le secteur agricole au Mexique offrent de nombreuses possibilités aux exportateurs canadiens qui désirent faire des affaires ou accroître leurs activités commerciales dans ce pays.

D'après l'ambassade du Canada à Mexico, les amendements apportés à la constitution de ce pays « ouvriront un nouveau chapitre dans l'agriculture mexicaine, créant de nombreuses possibilités d'investissement privé dans le secteur agricole, l'un des plus dynamiques dans l'économie du pays. »

Les tentatives du Mexique pour établir une perspective de développement agricole à long terme et adopter diverses formes de dérèglementation ont créé des possibilités d'investissement privé dans des domaines tels que la recherche et le développement, l'infrastructure, la production, la transformation et la commercialisation (transport, entreposage et marketing).

Selon l'ambassade, il existe, pour les entreprises canadiennes, de nombreuses possibilités d'investissement et de transfert de technologie dans les domaines de la production laitière, des aliments transformés, des céréales, de la volaille et de la foresterie. Dans ce contexte, l'ambassade a repéré plus de 60 projets d'entreprises conjointes dans

le secteur agricole.

Le gouvernement encourage les investissements étrangers dans des projets qui permettent d'augmenter les exportations. Il encourage les entreprises conjointes avec des complexes agro-industriels ou des fabricants mexicains, les projets de développement d'infrastructure ainsi que les projets dans les domaines de l'entreposage, du transport, de l'irrigation et des installations portuaires.

Le rapport indique également que le secteur agricole du Mexique est parmi les secteurs de l'économie mexicaine qui croissent le plus rapidement : il connaît une reprise régulière depuis 1989.

Le marché des produits alimentaires et des boissons est florissant. La consommation globale de ces produits a augmenté de 34 % entre 1989 et 1990, atteignant une valeur de 21 milliards \$ l'année dernière.

Pour de plus amples renseignements sur les débouchés commerciaux dans le secteur agricole au Mexique, communiquer avec M. Marcel Lebleu, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8804. Télécopieur : (613) 943-8806.

Croissance des marchés agro-alimentaires

... au Japon...

Le Japon, de loin le partenaire commercial d'outre-mer du Canada le plus important — le commerce bilatéral atteint environ 20 milliards \$ —, occupe aussi le deuxième rang parmi les clients du Canada (après les États-Unis) en ce qui a trait aux produits agro-alimentaires.

En 1990, les produits agricoles ont représenté environ 20 % (1,6 milliard \$) des exportations canadiennes de 8,2 milliards \$ vers le Japon, ce qui a placé le Canada au 4^e rang comme fournisseur, avec 6,4 % de la part du marché. Le Japon est le marché le plus important en ce qui concerne le colza canola, le seigle et le sarrasin.

Le rapport intitulé *Japon - Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire* contient ces renseignements et d'autres encore. Pour en obtenir des exemplaires, voir le dernier paragraphe de cet article.

Selon le rapport, un certain nombre de facteurs — y compris la capacité moindre du Japon de faire concurrence dans le domaine de la production alimentaire, les prix exorbitants des terres agricoles, et l'exode des habitants des régions rurales vers les centres urbains — accéléreront l'accroissement de la demande de produits agricoles et alimentaires importés.

Toutefois, cela ne signifie pas qu'il sera facile d'augmenter la part du Canada sur ce marché. Le Japon continue à maintenir des mesures hautement protectrices et l'ensemble de sa politique agricole et alimentaire (traité dans ce rapport) est sujet à controverse.

Malgré cela, le rapport identifie les principaux secteurs de croissance au Japon pour ce qui est des exportations agro-alimentaires canadiennes. Ce sont les suivantes : les viandes (boeuf et porc); les céréales et les graines oléagineuses; les aliments transformés et les boissons; la luzerne déshydratée et le foin; et la zoogénétique.

Chacun de ces secteurs est ensuite analysé selon la croissance et la taille du

marché, les débouchés pour les entreprises canadiennes, l'analyse de la concurrence, les contraintes et les activités possibles (susceptibles d'augmenter les échanges commerciaux ou de réduire les obstacles au commerce).

Outre les graphiques, les diagrammes et les cartes, le rapport fournit un profil agricole et économique du Japon et énumère des personnes-ressources utiles.

On peut se procurer des exemplaires du rapport *Japon - Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire* auprès de l'éditeur, Direction générale du développement agro-alimentaire, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, immeuble C.D. Howe, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

...et en Corée

En 1990, le commerce global entre le Canada et la Corée a atteint un total de 3,8 milliards \$. La Corée connaît un excédent commercial dans ses échanges commerciaux avec le Canada; elle s'est hissée au sixième rang parmi les partenaires commerciaux de ce dernier.

Et cette tendance est susceptible de continuer; les gens d'affaires des deux pays conviennent qu'un objectif réaliste en ce qui concerne le commerce entre le Canada et la Corée est de 10 milliards \$ d'ici l'an 2000.

Le rapport intitulé *République de Corée - Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire* indique que les exportations canadiennes de produits agro-alimentaires à la Corée ont enregistré une croissance à deux chiffres, atteignant 155,7 millions \$ en 1990. En outre, le pays est considéré comme un marché ciblé par les organismes agro-alimentaires canadiens qui participent au développement et à la promotion des marchés pour ce qui est du grain fourrager, du colza canola, des produits à base de luzerne, du boeuf et de la génétique des porcins.

On analyse huit secteurs précis qui offrent des débouchés éventuels aux exportateurs canadiens : le cuir brut et les peaux, le grain, les graines oléagineuses et les produits connexes; la luzerne déshydratée; le boeuf; la génétique des porcins; le porc; et la génétique des bovins laitiers.

Chacun de ces secteurs est ensuite étudié

sur le plan de la croissance et de la taille du marché, des débouchés pour les entreprises canadiennes, de l'analyse de la concurrence, des contraintes et des activités possibles (mesures de rectification).

Pour se procurer ce rapport, Direction générale du développement agro-alimentaire, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, immeuble C.D. Howe, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

Sécurité en Belgique

(Suite de la première page)

ou d'y participer, en Belgique. En voici quelques-unes : SECURA (exposition internationale de la sécurité), qui a lieu chaque avril à Bruxelles; INTERELEC (foire commerciale de produits électroniques professionnels), qui se tient tous les deux ans à Ghent; et EUROTOECH (foire commerciale de matériel industriel), qui a lieu tous les deux ans en mai, à Bruxelles.

Il est possible d'obtenir d'autres renseignements sur le marché des services et du matériel de sécurité en Belgique auprès de Mme Elizabeth Golberg, deuxième secrétaire (service commercial), ambassade du Canada, 2, avenue de Lervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Télécopieur : (011-32-2) 735-3383.

Exposition de télécommunications en Colombie-Britannique

Vancouver — La moitié des stands commerciaux ont déjà été réservés, mais il reste encore des places, sur la base du premier arrivé, premier servi, pour les entreprises de télécommunications désirant participer à une manifestation qui permet de réaliser des ventes pouvant atteindre 62 millions \$. Les représentants des sociétés pourront également assister à des conférences, des exposés et des colloques qui auront lieu pendant la même période et qui leur permettront de se mettre au courant des faits nouveaux sur le marché mondial des télécommunications d'une valeur de 500 milliards \$.

INTER COMM 93, the Global Telecommunications Congress & Exhibition (congrès et exposition mondiaux des télécommunications), se tiendra du 22 au 25 février à Vancouver (Colombie-Britannique) et dépassera de loin la manifestation inaugurale de 1990.

On s'attend à ce qu'**INTER COMM 93** attire plus de 200 grands fabricants et fournisseurs de services dans le domaine des télécommunications et plus de 7 000 acheteurs venant de plus de 50 pays. Le congrès comptera 150 conférenciers au cours de 40 séances.

On mettra l'accent sur une vaste gamme de domaines, notamment la bande large, les communications commerciales, la messagerie électronique, l'ingénierie et la consultation, les systèmes de communications personnalisés, la commutation, la téléconférence et la transmission (fibre, électro-optique).

Les entreprises canadiennes qui désirent participer à cette manifestation ou obtenir de plus amples renseignements sur **INTER COMM 93**, l'événement international principal dans le domaine des télécommunications au Canada, doivent prendre contact avec Will Fong, directeur de projet, **INTER COMM 93**, 500-1190, rue Melville, Vancouver V6E 3W1. Tél. : (604) 669-1090. Télécopieur : (604) 682-5703.

On distribuera votre documentation : ...à Bâle (technologie des communications...)

Bâle — Les sociétés canadiennes spécialisées dans le matériel, les logiciels et les périphériques informatiques sont invitées à envoyer de la documentation et des bandes vidéo sur leur entreprise pour qu'elles soient exposées au stand d'information d'AECEC (tenu par des employés de l'ambassade du Canada à Berne) à **Orbit 92**, qui se tiendra à Bâle du 8 au 12 septembre.

Orbit, l'exposition d'information sur la technologie des communications, de l'organisation de bureau et de l'informa-

tion, est la foire commerciale nationale de technologie de l'information la plus grande dans la partie germanique de la Suisse.

Les entreprises intéressées devraient envoyer 10 exemplaires de la documentation et des bandes vidéo — celles-ci doivent parvenir à destination avant le 20 août — sur leurs produits à Paul Connors, service commercial, ambassade du Canada, B.P. CH-3000, Berne 6, Suisse. Tél. : 011-41-31-44-63-81. Télécopieur : 011-41-31-44-73-15.

...en Grande-Bretagne (aéronautique) ... et

Farnborough — Les entreprises sont invitées à exposer de la documentation sur leurs produits au stand d'information qu'AECEC tiendra dans le cadre du pavillon de l'industrie canadienne à la **Farnborough International Aerospace Exhibition**, qui aura lieu du 6 au 13 septembre 1992.

La participation de l'industrie canadienne est favorisée par l'industrie privée grâce à la collaboration de l'Association des industries aérospatiales du Canada.

La manifestation de Farnborough se tient tous les 2 ans — en alternance avec le **Salon de l'aéronautique de Paris** — et, ayant lieu depuis plus de 40 ans, elle

est l'un des salons de l'aérospatiale et de la défense les plus importants du monde.

Au salon de cette année, les entreprises participantes pourront montrer leurs produits à plus de 350 000 visiteurs.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou envoyer de la documentation (celle-ci doit nous parvenir d'ici le 7 août 1992), communiquer avec Louise Cameron, Foires et missions commerciales - Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-3607. Télécopieur : (613) 995-6319.

...encore à Bâle (environnement)

Bâle — On demande aux sociétés canadiennes spécialisées dans le matériel, les services et la technologie dans le domaine de l'environnement d'exposer gratuitement de la documentation sur leurs produits au salon qui se tiendra dans cette ville du 6 au 9 octobre 1992. Le personnel de l'ambassade du Canada à Berne s'occupera du stand d'information à **M.U.T.'92**, exposition européenne de technologie environnementale et congrès international sur la technologie et la recherche environnementales.

M.U.T. remplace Pro-Aqua-Pro Vita, foire environnementale limitée au trai-

tement de l'eau qui avait lieu tous les trois ans depuis 1958. **M.U.T.**, qui se tient aussi tous les trois ans, comprend tous les secteurs du matériel et des services environnementaux. Les entreprises qui désirent participer à **M.U.T.'92** devraient envoyer — le colis doit arriver à l'ambassade le 25 septembre au plus tard — 25 exemplaires de leurs brochures (et cartes d'affaires) à l'ambassade du Canada, service commercial, B.P. CH-3000, Berne 6, Suisse.

Prière d'indiquer sur les colis que Berne est la destination finale.

Un salon de matériel de spécialité pour automobiles aux États-Unis recrute des participants

Las Vegas — Des places pour un nombre maximal de 14 entreprises canadiennes ont été allouées au pavillon national d'AECEC à SEMA/AI, qui se tiendra dans cette ville du 3 au 6 novembre 1992.

SEMA/AI (Specialty Equipment Manufacturers Association/Auto International Association Show) est un salon excellent pour les fabricants intérieurs et internationaux et pour les importateurs de pièces et d'accessoires pour véhicules de spécialité et à haute performance, camions légers et automobiles.

L'année dernière — le Canada a déjà participé 8 fois à SEMA —, les exposants canadiens ont prévu des ventes dépassant 6 millions \$. Les participants sont notamment des distributeurs d'entrepôts, magasins à succursales, des

grossistes et des détaillants, des spécialistes de services et de réparations, des concessionnaires d'automobiles, des marchands de pneus et des spécialistes de remise à neuf des pneus, des concepteurs, des ingénieurs et du personnel de marketing. Ils appartiennent à des entreprises de fabricants américains principaux et de fabricants étrangers d'automobiles établis aux États-Unis.

Cette année, dans le cadre de l'Automotive Aftermarket Industry Week, SEMA sera soutenu par le U.S. Department of Commerce Foreign Buyers Program — ce qui signifie qu'un nombre supérieur d'acheteurs étrangers visiteront le salon.

Les entreprises qui désirent participer à SEMA'92 ou obtenir de plus amples renseignements (y compris les frais de participation) sur le salon doivent communiquer, le plus tôt possible, avec Alan D. McBride, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 993-5149. Télécopieur: (613) 990-9119.

La Corée accueillera sa plus grande exposition

SEOUL — SIIRA'92, l'exposition la plus grande et la plus globale de Corée qui se tiendra pour la sixième année et attirera des acheteurs du monde entier désirent acquérir les produits les plus récents, aura lieu du 29 septembre au 5 octobre.

Les organisateurs disent que SIIRA (The Seoul International Trade Fair) fournira aux entreprises canadiennes une excellente possibilité de se faire connaître sur l'un des marchés les plus importants d'Asie.

En 1990, SIIRA a attiré 435 exposants, y compris 183 de l'étranger. Plus de 3 100 acheteurs ont négocié des ventes d'environ 550 millions \$ US.

Pour d'autres informations sur la façon dont votre entreprise peut exposer, communiquer avec le Korea Trade Centre, 65, rue Queen ouest, bureau 600, Toronto M5H 2M5. Tél.: (416) 368-3399. Télécopieur: (416) 368-2893; ou avec le Korea Trade Centre, One Bentall Center, 505, rue Burrard, bureau 1710, Vancouver V7X 1M6. Tél.: (604) 683-1820. Télécopieur: (604) 687-6249.

CanadExport
interrompt ses activités
pour la période
estivale.

Le prochain numéro
de **CanadExport**
sera publié
le 1^{er} septembre 1992.

Numéro à noter

Le nouveau numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Quito, Équateur est le (011-593-2) 503-108.

Foires commerciales internationales

Voici un certain nombre de foires commerciales internationales qui pourraient intéresser des entreprises canadiennes, mais auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participera peut-être pas directement, cet automne :

Septième foire internationale d'Izmir

— 26 août - 10 septembre 1990 — Izmir (Turquie). Communiquer avec IZFAS, Sair Esref Bulvari 50, 35230 Kulturpark, Izmir, Turquie. Télécopieur: (90-51) 25 43 42. Télex: 52174 fair tr.

Exposition internationale de la technologie de l'alimentation (FIDIA'92)

— 8-14 septembre 1992 — Buenos Aires. Communiquer avec Rodolfo Rodriguez, ministre conseiller, ambassade d'Argentine, 151, rue Slater, bureau 400, Ottawa K1P 5H3. Télécopieur: (613) 563-7925.

Marché et congrès du transport maritime international et de la technologie marine (SMM'92)

— 29 septembre - 3 octobre 1992 — Hambourg (Allemagne). Ces manifestations porteront sur les développements les plus récents dans les domaines de la construction de navires, de la technologie d'exploitation de navires, de la technologie marine et du matériel portuaire. On prévoit que le nombre de visiteurs commerciaux et d'acheteurs atteindra 30 000, venant de 50 pays. Communiquer avec Lorraine Reardon, AECEC, télécopieur: (613) 995-6319; ou avec Erika Gothe, Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce, Montréal. Tél.: (514) 844-3051. Télécopieur: (514) 844-1473.

CONSTRUCTECNIA '92 / SUBCONTRATA International'92 / Transportec'92

— 20-29 novembre 1992 — Lima (Pérou). Trois foires spécialisées dans les domaines suivants: les machines, l'équipement et le matériel de construction; la sous-traitance industrielle; et le transport (y compris l'automobile, l'aviation et la navigation). Communiquer avec Juana Kanna, coordonnatrice. Télex: 25504 PEFERIA. Télécopieur: (5114) 523-907.

Foire commerciale d'ingénierie en Inde : importante attraction

New Delhi — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada recrute des entreprises canadiennes pour la participation à la **10th Indian Engineering Trade Fair (IETF)** (10^e foire commerciale d'ingénierie de l'Inde), qui se tiendra du 14 au 21 février 1993 à Pragati Maidan, New Delhi.

Organisée tous les deux ans depuis 1975 par la Confederation of Indian Industry, l'IETF attire jusqu'à 600 exposants de pays développés dans le monde entier.

C'est le lieu idéal pour rechercher un partenaire de «collaboration industrielle», trouver un agent (des agents sont nécessaires pour vendre sur le marché indien), rencontrer des clients éventuels et des décideurs gouvernementaux à Delhi.

Pour les participants canadiens, l'IETF, alliée à des séminaires, des conférences

et des ateliers, offre les meilleures possibilités dans les secteurs suivants :

- le secteur des finances et des services commerciaux;
- les produits et services dans le domaine du pétrole et du gaz;
- le matériel et les services relatifs à l'électricité et à l'énergie;
- l'informatique et les produits électroniques; et
- les machines industrielles principales et secondaires et les machines spéciales.

Les entreprises canadiennes oeuvrant dans ces secteurs et qui désirent participer à l'IETF ou qui veulent obtenir des informations sur cette foire commerciale devraient prendre contact avec R. Grison, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-0952. Télécopieur : (613) 996-4309.

BUREAU DE L'AMBASSADE EN ESTONIE

L'adresse du bureau de l'ambassade à Tallin (Estonie) est la suivante : Bureau de l'ambassade du Canada, Toom Kooli 13 - 2^e étage, EE 0001 Tallin, Estonie. Les numéros de téléphone sont le (7-0142) 449-056 (local) ou le (358) 298103 (par la Finlande). Le numéro de télécopieur est le (358) 298104 (par la Finlande).

Marchés de la haute technologie aux Pays-Bas

Pendant les neuf premiers mois de 1991, les exportations canadiennes aux Pays-Bas ont atteint un total de 1,3 milliard \$, ce qui représente, pour le Canada, un excédent commercial d'environ 850 millions \$.

La plupart des exportations canadiennes ont été des matières premières, mais, de plus en plus, la tendance est à l'exportation de produits finis, notamment des ordinateurs, de l'équipement de bureau, des machines et du matériel de haute technologie.

On a reçu, de l'ambassade du Canada à La Haye, des rapports et des aperçus sur les différents marchés de technologie aux Pays-Bas ainsi que sur les débouchés potentiels sur ces marchés.

Il est possible de se procurer des exemplaires des rapports complets auprès du service commercial, ambassade du Canada, B.P. 30820, 25 Parkstraat, 2500 GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (011-31-70) 361-4111. Télécopieur : (011-31-70) 356-2823.

Événements à Leipzig

23-25 août — *Foire de la mode de Leipzig*

3-7 septembre 1992 — *URBANIA - Foire commerciale des services municipaux* : Matériel pour établissements municipaux, systèmes d'information relative à la circulation, matériel et services de nettoyage et d'élimination des ordures.

3-7 septembre 1992 — *BUGRA - Foire commerciale de l'imprimerie et de l'emballage* : Machines à imprimer, matériel de reliure et d'emballage, services de consultation.

3-7 septembre 1992 — *BIK'92 - Foire commerciale des techniques de bureau et de communication* : Ordinateurs personnels, postes de travail, systèmes de télécommunications de bureau, systèmes de classement et d'accès à l'information.

16-19 septembre 1992 — *TGA - Troisième exposition internationale de matériel technique dans les bâtiments.*

30 octobre - 4 novembre 1992 — *MEBA - Foire commerciale de métallurgie* : Systèmes de fabrication, machines-outils pour couper le métal, logiciels, robots industriels, produits électroniques, appareils de contrôle.

30 octobre - 4 novembre 1992 — *Foire commerciale dans le domaine de la construction* : Chimie de la construction et protection des bâtiments, machines et outils de construction, toits, murs, façades, installations sanitaires et de chauffage.

3-8 décembre 1992 — *Foire commerciale de tourisme et de camping*

Les personnes qui désirent obtenir des renseignements supplémentaires sur ces manifestations doivent communiquer avec Carlos Pechtel De Avila, Agent général pour le Canada, Leipzig Fair Canada Office, 11231, avenue Jasper, Edmonton (Alberta) T5K 0L5. Tél. : (403) 482-3427. Télex : 037-2991. Télécopieur : (403) 488-0350. Numéro sans frais : 1-800-661-2221.

AU CALENDRIER

Toronto — 18-19 septembre — «Sri Lanka 92: Gateway to the Developing World» est une exposition commerciale de 2 jours qui visera, entre autres, à promouvoir le commerce bilatéral entre le Sri Lanka et le Canada. Le nombre maximal de participants sera de 50. Pour s'inscrire ou obtenir des renseignements sur le coût et la taille du stand, communiquer avec le Canada-Sri Lanka Business Council, 30A, avenue Hazelton, Toronto M5R 2E2. Tél. : (416) 849-1214. Télécopieur : (416) 849-4823.

Toronto — 20-22 septembre — Des exposants représentant tous les secteurs de l'industrie feront la promotion de leurs produits au Canadian Seafood and Frozen Food Show. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Ralph Weil, Meteor Show Productions, Toronto. Tél. : (416) 229-2060. Télécopieur : (416) 223-2826.

Vancouver — 22-24 septembre — La façon dont l'industrie forestière se réorganiserait pour être concurrentielle sur les marchés mondiaux pendant les 20 prochaines années est l'un des thèmes de la **Forest Summit Conference 1992**. Outre les ateliers, trois documents importants seront présentés : «Tendances de l'offre et de la demande de fibre à l'échelle mondiale»; «La technologie et les industries forestières fondées sur la connaissance de l'avenir»; et «Un aperçu du secteur forestier au Canada en 2010». Pour s'inscrire ou obtenir d'autres informations, communiquer avec Paddy O'Reilly, directrice de conférence. Télécopieur : (604) 688-1573.

Les autres manifestations reliées à la foresterie sont notamment **Demo 92**, une exposition de matériel et de machines

pour l'abattage des arbres, Kelowna, 17-20 septembre, télécopieur : 604-666-2353; **Wood Expo 92**, une exposition de produits, de services, de matériel et de technologie de pointe dans le domaine de la foresterie, Vancouver, 23-25 septem-

bre, télécopieur : 604-433-9549; et **EXFOR-West**, une exposition de matériel et de machines d'avant-garde dans le domaine des pâtes et papiers, Vancouver, télécopieur : 604-433-9549.

PUBLICATIONS

Le marché des produits chimiques connaît une croissance au Guatemala

Les fournisseurs canadiens prêts à nommer des représentants locaux pourraient accaparer une part de l'une des principales importations du Guatemala : les produits chimiques. C'est ce qu'indique *Chemical Market Survey - Guatemala* (#65LF), un rapport récemment établi par l'ambassade du Canada dans la ville de Guatemala.

Au cours des quatre dernières années, la valeur des produits chimiques importés par le Guatemala a été d'au moins 262 millions \$ US. En 1991, la valeur des produits chimiques importés a atteint un record de 315 millions \$; pourtant, les fournisseurs canadiens n'ont capturé qu'un très faible pourcentage du marché, ce qui indique qu'il existe "un potentiel considérable de croissance. En outre, les produits chimiques que le Guatemala importe de plus en plus sont disponibles au Canada. Ils comprennent des produits utilisés dans les engrais, la transformation des aliments, le sucre, le savon, les détergents, les produits de beauté, la peinture, ainsi que les industries du textile et de traitement de l'eau — tous ces produits sont décrits dans l'étude.

On peut se procurer des exemplaires du

rapport, qui fournit aussi des renseignements sur les droits de douane, l'expédition, les agents et les distributeurs, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Pour de plus amples renseignements sur les marchés du Guatemala ou d'autres marchés d'Amérique centrale, communiquer avec T.A. Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

Arab Agricultural Directory

Les entreprises agricoles canadiennes qui veulent se faire connaître dans le monde arabe sont invitées à acheter de l'espace publicitaire dans un répertoire clé : l'*Arab Agricultural Directory 1993*. Ce répertoire complet, en arabe et en anglais, est publié par The Arab Agricultural Engineers Union, un groupe qui compte maintenant plus de 150 000 ingénieurs agricoles arabes. Pour se renseigner sur le répertoire, prendre contact avec M. Omar Hajzoug, VP Marketing, C & O Network Trading Inc., 205, rue Dalhousie, Ottawa K1N 7C9. Tél./télécopieur : (613) 746-6780.

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **InfoExport** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par **télécopieur** une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CAI
EA
C16F
1992
v. 10
n. 14
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

ANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Vol. 10 N° 14

septembre 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Le PDME : Maintenant plus sélectif ... et plus efficace!

Par Sylvie Bédard, rédacteur en chef

Afin d'aider les Canadiens à exporter avec plus de succès leurs produits et services, le gouvernement fédéral a apporté des modifications importantes au PDME, programme bien connu.

La plupart des lecteurs connaissent le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et se sont probablement prévalus de l'aide de celui-ci à un moment ou à un autre. Au cours des derniers mois, on a apporté à ce programme, considéré souvent comme la pierre angulaire de l'aide fournie par le gouvernement fédéral aux exportateurs canadiens, des modi-

fications importantes, et ce, afin d'en faire un soutien plus sélectif et efficace fourni au commerce d'exportation.

Voici les traits saillants du «nouveau» PDME :

Le premier changement, c'est qu'à compter de maintenant, toutes les activités proposées devront être accompagnées d'un plan de marketing documenté.

Divers éléments du programme ont aussi été modifiés :

Foires commerciales/visites/ accords de marketing

Ce qui est nouveau, c'est l'établissement d'un concept de seuil : la préfé-

rence sera accordée aux propositions d'entreprises qui réalisent des ventes annuelles de plus de 250 000 \$ et de moins de 50 millions de dollars. Les autres critères relatifs à ces activités demeurent dans l'ensemble inchangés. C'est de loin l'élément le plus souvent utilisé du programme : 80 p. 100 des fonds approuvés sont destinés à des foires commerciales et à des visites, et cela relève entièrement des centres de commerce international régionaux.

Soumissions dans le cadre de projets

Les nouvelles caractéristiques sont que la préférence sera accordée aux requérants dont les entreprises réalisent des ventes annuelles minimales d'un million de dollars; dorénavant, il existe un montant de soumission minimal d'un million de dollars; la contribution financière minimale du PDME est de 25 000 \$, alors que la contribution maximale est de 250 000 \$. En outre, l'approbation des projets sera maintenant effectuée par un comité composé de membres d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Les activités spéciales

Il y a des changements clés : l'approbation des projets devra être effectuée par le conseil d'administration de l'association; la contribution minimale est de 15 000 \$ et la contribution maximale de 100 000 \$; une seule demande par

(Voir page 2 — PDME)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires d'El Salvador à Zurich ..	4-6
Débouchés en Jordanie	7
Calendrier et publications	8

(Voir page 2 —
Floride)

En Floride, des attractions offrent des marchés d'exportation

Des possibilités commerciales peuvent surgir dans les endroits les plus imprévus — tels que les endroits suivants qui devraient s'avérer très attrayants pour certains exportateurs canadiens.

Dans la région centrale de Floride, plusieurs attractions touristiques ont indiqué qu'elles étaient très disposées à acheter des produits canadiens. Voici un résumé :

• Les attractions Walt Disney :

Les parcs, dont les responsables administrent Disneyworld et EPCOT Center, sont situés dans la banlieue d'Orlando et comprennent de nombreux magasins d'articles cadeaux qui vendent divers produits.

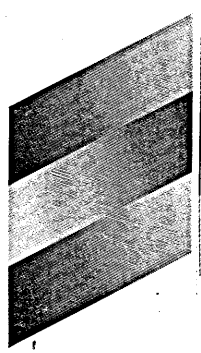
Ce qui est particulièrement intéressant pour les fournisseurs canadiens d'articles cadeaux et de souvenirs «Canadians», c'est le pavillon canadien à EPCOT. C'est un magasin à deux étapes; le «comptoir commercial» vend des produits associés au Canada «rustique» et la «Boutique of the Provinces» des vêtements plus contem-

porains, des souvenirs, des objets d'art et des objets artisanaux.

Au comptoir commercial, les produits sont notamment de la bijouterie à motif indien, des T-shirts, des sculptures Inuit ainsi que des objets d'art et des objets artisanaux. La Boutique vend des sculptures en cuir, des poupées pour collectionneurs, des vêtements et de la poterie. Dans les deux magasins, les prix arrondis vont de quelques centaines de dollars jusqu'à plusieurs centaines de dollars au détail.

À EPCOT, les acheteurs envisageront de nouvelles gammes de marchandises — si celles-ci satisfont aux normes de qualités et aux thèmes, tout en s'inscrivant dans les marges bénéficiaires de Disney.

Les entreprises qui désirent obtenir de plus amples détails ou qui veulent explorer les possibilités de vente à EPCOT doivent envoyer des photographies ou des catalogues, des descriptions de produits, ainsi que des listes de prix (en



Canada

Le PDME : Maintenant plus sélectif ... et plus efficace !

(Suite de la première page.)

année financière sera maintenant permise; le remboursement maximal des coûts approuvés admissibles sera de 50 p. 100; et, comme c'est le cas pour les soumissions dans le cadre de projets, l'approbation sera effectuée par le comité.

N.B. Deux anciens éléments du programme, Bureaux de ventes permanentes à l'étranger et Commercialisation innovatrice sont temporairement suspendus jusqu'à l'examen des sources

de financement.

Des 18,3 millions de dollars du budget alloué au PDME pour l'année financière courante, 3,9 millions ont été engagés à l'égard de 594 projets approuvés pendant le premier trimestre de l'année, sur 934 demandes. Autrement dit, il est possible d'obtenir de l'aide si l'on a pris toutes les autres dispositions nécessaires et élaboré une proposition bien conçue et documentée!

Pour de plus amples renseignements, demander le nouveau livret sur le PDME

(recycler les vieux livrets!) auprès du centre de commerce international régional le plus proche, dont les responsables occupent les mêmes bureaux que ceux d'Industrie, Sciences et Technologie, ou auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 8).

Le Mexique élimine des exigences

Le Mexique a éliminé une exigence mexicaine selon laquelle tous les certificats sanitaires d'exportation de bétail doivent être «consularisés» (c'est-à-dire estampillés à un consulat du Mexique au Canada) avant l'expédition vers ce pays.

Cette exigence avait imposé des contraintes sur les plans temporel et financier, surtout que bon nombre d'exportateurs de bétail au Mexique ne disposaient que de 30 jours ou moins avant l'expiration de leurs documents sanitaires. En fait, la procédure était considérée comme une exigence désagréable des Douanes, sans aucun rapport avec les questions sanitaires.

La même exigence, relative à l'expédition au Mexique de poisson et de produits alimentaires, sera bientôt peut-être éliminée, comme l'a fait savoir un agent de la santé mexicain à l'ambassade du Canada à Mexico.

Toutefois, à l'heure actuelle, on rappelle aux exportateurs que l'exigence demeure en vigueur en ce qui concerne l'expédition de poisson et de produits alimentaires au Mexique. Pour d'autres informations sur les exigences concernant l'exportation de bétail, de poisson et de produits alimentaires au Mexique, communiquer avec Trevor Wiebe, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5359. Télécopieur : (613) 943-8806.

La Floride (Suite de la première page.)

dollars U.S.) à Nancy Sutton Scott, Merchandise Buyer, EPCOT Center, Box 1000, Lake Buena Vista, Florida 32830, United States.

N'envoyez aucun échantillon et ne téléphonez pas. M^{me} Sutton Scott ou sa collègue M^{me} Nancy Churchill prendra contact avec vous s'il y a lieu.

• Les studios Universal :

À Universal, le service des achats est disposé à recevoir des offres pour des centaines de produits, allant de la quincaillerie (outils, clous, peintures, boulonnerie) aux machines en passant par les meubles de cuisine, les assiettes et les tasses en papier.

On s'intéresse particulièrement aux imprimeurs canadiens qui sont en mesure de fournir des millions d'exemplaires de brochures contenant

six couleurs, des plis spéciaux et d'autres effets spéciaux. L'agent d'achat d'Universal souhaite que les entreprises canadiennes qui veulent vendre à son entreprise ou être placées sur la liste de correspondants pour les soumissions ou les appels d'offres prennent contact avec lui.

La personne-ressource est la suivante : Christopher Martin, Sr., Universal Purchasing Manager, 1000 Universal Studios Plaza, Orlando, Florida 32819, United States.

Pour obtenir d'autres informations sur le marketing en Floride, communiquer avec le Consulat Général du Canada, Suite 400 South Tower, One CNN Center, Atlanta, Georgia 30303-2705, USA. Tél. : (404) 577-6810. Télécopieur : (404) 524-5046.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Rédacteur : Don Wight

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

INDE — L'un des principaux fabricants de matériel de manutention de matériaux à New Delhi recherche de la nouvelle technologie pour la fabrication de ce matériel. L'entreprise recherche surtout de la collaboration technique appropriée pour fabriquer des transporteurs/systèmes (devant être utilisés en surface et sous terre), des broyeurs à grand rendement et grande capacité (cylindres simples et doubles, foulons à maillets, concasseurs à

percussion, granulateurs à rotor, concasseurs à mâchoires), des pompes à turbine verticale (eaux usées/boues, submersibles, pour produits chimiques, pompes à douille fendue horizontale et pompes à garniture de caoutchouc), ainsi que des distributeurs électromagnétiques et électromécaniques. Communiquer avec K.K. Mohan Sharma, Vice-President, Hyderabad Industries Limited, Sanatnagar, Hyderabad-500 018, India. Télécopieur : 0842-261227.

KOWEÏT — Le service des achats du Kuwait Institute for Scientific Research, qui désire mettre à jour sa bibliothèque, recherche les plus récents catalogues et brochures de produits de laboratoire et scientifiques. Le matériel recherché en particulier porte sur la technologie du gaz et du pétrole, le matériel météorologique, le matériel et les fournitures de pisciculture, les produits chimiques et les réactifs, ainsi que le matériel agricole. Les fournisseurs de ces catalogues peuvent réorienter le matériel par l'intermédiaire d'agents locaux, s'ils en ont, ou l'envoyer directement à l'adresse suivante : Purchasing and Store Manager, Kuwait Institute for Scientific Research, P.O. Box 24885 Safat, 13109 Safat, Kuwait. Télécopieur : 4846934/4834090.

MEXIQUE — Une entreprise d'importation et d'exportation peut offrir à

des sociétés canadiennes des services relatifs à la consultation, aux droits de douane, à la loi sur les douanes, à la façon de trouver des acheteurs et des vendeurs et à la fourniture d'études de marché. Communiquer avec Pedro P. Segura, Latin American Division, Bufete Internacional de Intercambio, S.A. de C.V., Descartes 55, Col. Anzures, Mexico 11590, D.F., Mexico. Télécopieur : (525) 254-2553.

MEXIQUE — Une compagnie désire importer des pièces d'automobiles du Canada ou représenter des fabricants de ces pièces. Communiquer avec

Alejandro Galindo Munoz, San Francisco 340-201, Col Del Valle, 03100 Mexico, D.F. Tél. : (525) 687-9248.

MEXIQUE — Un fabricant et importateur de produits médicaux désire importer les produits suivants du Canada : isotopes radioactifs et leurs composés, produits pour soins de santé, médicaments, produits de diagnostic et produits biologiques. La société s'intéresse également à l'échange de technologie et aux entreprises conjointes. Communiquer avec Dr. Eduardo Larrea, Commercial Coordinator, Probitasa, S.A. de C.V., Mexico Tacuba n° 1419 Col. Nva. Argentina, Del. Miguel Hidalgo, 11230 Mexico, D.F. Tél. : 3-99-56-44. Télécopieur : 5-27-05-27.

NIGÉRIA — Le gouvernement de l'État de Cross River au Nigéria recherche des compagnies canadiennes disposées à établir des entreprises conjointes dans les domaines suivants : l'industrie des pâtes et papiers, l'industrie du ciment, l'industrie des boissons gazeuses, la brasserie et le commerce de voitures canadiennes neuves et d'occasion. Cet État du Nigéria a été déclaré comme zone franche à l'exportation et toute société qui veut faire des affaires avec cet État profitera de l'exemption fiscale à l'exportation. Communiquer avec Patrick Ottoh, Yakurr Associates, P.O.

Box 92, Yakurr L-G-A, UGEB, Cross River State, Nigeria.

TAIWAN — Une firme taïwanaise bien connue recherche un partenaire pour le transfert de technologie et veut devenir un agent d'importation exclusif de fabricants de produits tels les servomoteurs, les moteurs pas à pas, les contrôleurs industriels, le matériel de stationnement d'automobiles, les robots industriels et les systèmes d'alimentation automatique en granules. Communiquer avec Cindy Huang, Manager, Far East Trade Service Inc. (Taiwan Trade Centre), Place

Montréal Trust, 1800, avenue McGill College, bureau 2108, Montréal H3A

3J6. Tél. : (514) 844-8909. Télécopieur : (514) 844-9246.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une firme de soins dentaires désire importer du matériel dentaire, effectuer des travaux d'obturation au vapori-sateur pour d'autres entreprises, se faire représenter à l'étranger et conclure un accord éventuel d'entreprise conjointe. La société produit également des produits utilisés dans les domaines pharmaceutiques, vétérinaires et cosmétiques. Communiquer avec Rudolf Blabolil, directeur du marketing, Dental s.p., Povltavska 4, 180 00 Prague 8, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 2) 683 1581-3. Télécopieur : (0042 2) 826442.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Le Research Institute of Medical Engineering est intéressé à la mise au point ou à la fabrication conjointe de matériel médical, au développement de nouveaux marchés et à la représentation d'entreprises étrangères en Tchécoslovaquie ou en Europe centrale et de l'Est. Communiquer avec Jan Kreisler, directeur du marketing, Research Institute of Medical Engineering, Kamenice 3, 658 09 Brno-Bohunice, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 5) 3175. Télécopieur : (0042 5) 325909.

Débouchés commerciaux

La Pologne donne la vedette aux petites entreprises

Les personnes d'affaires canadiennes qui désirent se familiariser avec les aspects légaux, financiers et pratiques de l'établissement et de la gestion d'entreprises conjointes en Pologne peuvent trouver utile de participer aux manifestations qui auront lieu le mois prochain dans ce pays.

En général, de petites et moyennes entreprises, des représentants d'associations de petites entreprises, des dirigeants universitaires, des banquiers et des cadres gouvernementaux visitent le **19th International Small Business Congress (ISBC)** (19^e congrès international des petites entreprises), qui se tiendra à Varsovie du 11 au 14 octobre.

Le thème de cette année est «la petite entreprise, un facteur d'intégration des économies de l'Est et l'Ouest»; il reflétera les changements politiques et d'autres changements qui ont entraîné un passage à une économie de marché et à la privatisation.

Pendant le congrès, les participants auront la possibilité de visiter de petites et moyennes entreprises polonaises et de rencontrer des représentants du gouvernement polonais ainsi que des cercles financiers et d'affaires.

En conjonction avec le congrès, et pour la première fois, l'ISBC encourage les personnes d'affaires dans le monde entier à participer au **1st International**

Small Business Fair (Kooperacja) (1^{ère} foire internationale des petites entreprises), qui se tiendra du 13 au 16 octobre à Poznan.

Cette manifestation permettra aux participants de démontrer l'étendue des produits et services offerts par les petites entreprises — ainsi que le rôle joué par les petites entreprises comme sous-traitants et fournisseurs principaux des grandes entreprises. En outre, la génération la plus récente de machines et de matériel destinés aux petites entreprises sera exposée.

Le **Third Investors Forum** aura aussi lieu à Varsovie, du 26 au 28 octobre. Celui-ci visera surtout à informer les personnes d'affaires étrangères des aspects légaux, financiers et pratiques de l'établissement et de la gestion d'entreprises conjointes en Pologne.

De plus, le Forum facilitera les contacts directs entre les personnes d'affaires étrangères et les entrepreneurs et entreprises polonais. Avant le Forum, quelque 150 projets polonais pour entreprises conjointes ou autres formes de coopération seront identifiés, triés et documentés. Au Forum, des rencontres individuelles seront organisées entre des personnes d'affaires étrangères et polonaises qui pourront discuter de certains projets.

En plus de permettre la discussion d'investissements étrangers, de mesures d'encouragements et de garanties, le Forum mettra l'accent sur des secteurs tels que les machines-outils, les machines pour le traitement et l'emballage des aliments, les machines et le matériel de construction, le matériel de protection de l'environnement, les produits chimiques, les produits pharmaceutiques, le brassage et l'ingénierie.

Pour de plus amples renseignements sur ces manifestations, communiquer avec Waldemar Markiewicz, délégué commercial intérimaire, Bureau de la République de Pologne au Canada, 3501, avenue du Musée, Montréal H3G 2C8. Tél. : (514) 282-1732. Télécopieur : (514) 282-1784.

L'Allemagne accueillera un salon de l'informatique et de l'industrie

Munich — Les entreprises canadiennes ont la possibilité de participer (20-23 octobre 1992) à «la foire commerciale internationale plus importante de l'informatique et de l'industrie de fabrication.»

SYSTEC'92, qui se tiendra au Munich Trade Fair Centre en conjonction avec un congrès de conférences et colloques, offre des communications dans tous les domaines — des achats au marketing en passant par le développement, la logistique, la production et le contrôle de la qualité.

Les éléments exposés à SYSTEC, qui mettent l'accent sur l'industrie de fabrication — et sur la façon de la rendre profitable —, comprennent des logiciels et du matériel d'études, des réseaux et leurs composantes, des technologies de communications industrielles, des communications mobiles et des bases de données, des méthodes de production au moment adéquat, des aides à la production industrielle, des outils de contrôle de la qualité et des méthodes d'examen.

Au dernier SYSTEC, tenu en 1990, le

nombre d'exposants a dépassé 750, venus de 17 pays; ils ont présenté leurs solutions pour l'intégration de l'informatique aux stratégies de gestion. La manifestation a attiré 40 000 visiteurs spécialistes de 53 pays. Cette année, on prévoit que la foire sera plus globale, accordant à tous les secteurs de l'industrie de fabrication la possibilité de montrer leur meilleur aspect — et d'établir des contacts utiles.

Pour obtenir d'autres informations sur SYSTEC'92, communiquer avec Lorraine Reardon, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest — Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Télécopieur : (613) 995-6319.

Les participants intéressés peuvent aussi prendre contact avec l'organisateur canadien du salon, Derek Complin, UNILINK International, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

La foire de Cuba : une vaste gamme de produits

La Havane — Les entreprises qui désirent explorer le marché cubain peuvent soit participer elles-mêmes ou envoyer des brochures aux fins d'exposition à **Alimexpo, la foire internationale de l'alimentation, de la réfrigération, de l'emballage et des arts graphiques**, qui se tiendra dans cette ville du 16 au 21 septembre 1992.

D'après les agents commerciaux à l'ambassade du Canada à La Havane, le message de Cuba, c'est que le pays est ouvert aux affaires et qu'il réoriente ses relations commerciales vers les fournisseurs occidentaux.

La participation à la foire permettra aux visiteurs de rencontrer des décideurs afin de discuter des besoins et de former des liens stratégiques. Les contacts personnels et les suivis fréquents sont des éléments clés lorsqu'on fait affaire avec Cuba, toujours selon les agents commerciaux.

Ces derniers font aussi remarquer que le Canada est respecté à titre de four-

nisseur fiable de produits de haute qualité et que les personnes d'affaires canadiennes sont toujours spécialement accueillies.

Les promoteurs d'Alimexpo, dont bon nombre sont des ministères, sont intéressés non seulement à discuter des possibilités de vente immédiates, mais aussi à encourager les visiteurs à examiner les possibilités d'entreprises conjointes et d'autres formes de collaboration aux termes de la loi sur les entreprises conjointes de Cuba (Loi 50). Celle-ci prévoit le transfert des profits et offre diverses concessions en ce qui concerne les impôts et la main-d'oeuvre.

Les organisateurs de la foire ont déterminé que les secteurs suivants sont prioritaires : les produits alimentaires destinés à l'industrie du tourisme, le matériel technologique et les machines d'emballage destinées aux abattoirs, les couteaux spéciaux pour la viande, les substances ajoutées à la viande (p. ex. le tripolyphosphate et le caséinate), et le

boyaux synthétiques.

On s'intéresse aussi aux produits laitiers, à la viande, aux boissons, à la mouture, à la boulangerie et au matériel de l'industrie des produits en conserve, ainsi qu'aux matières brutes.

En ce qui concerne l'industrie de l'emballage, on recherche, entre autres, des machines de production d'ampoules et de fioles en verre destinées à l'industrie pharmaceutique, une chaîne d'emboîtement de rhum, et de matériel de soudage électrique.

Pour ce qui est de l'industrie de la réfrigération commerciale, on a besoin de congélateurs, d'armoires d'étalage, de compresseurs et de condensateurs, et de machines pour la fabrication de crème glacée.

En ce qui a trait à l'industrie de réfrigération industrielle, on recherche des compresseurs pour l'entreposage frigorifique, du matériel et des systèmes pour l'automatisation et le contrôle, et du matériel pour la manutention, le transport et l'entreposage des denrées périssables, et des isolants thermiques.

Autres besoins prioritaires : des conditionneurs d'air, des échangeurs thermiques, des ordinateurs et des produits électroniques relatifs à la réfrigération. Les entreprises qui veulent exposer des brochures au stand d'information (tenu par le personnel de l'ambassade, qui fera des évaluations et enverra des demandes de renseignements aux entreprises participantes) à Alimexpo doivent envoyer, par service de messagerie, 25 exemplaires, à la section des affaires commerciales, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa (Ontario) K1N 8T7.

On encourage les exportateurs canadiens désirant participer à l'exposition à communiquer avec la section des affaires commerciales de l'ambassade du Canada à La Havane pour confirmer leurs intentions et pour obtenir de l'aide en ce qui concerne la communication avec les organisateurs de la

(Voir page 6 — Le Cuba.)

Des entreprises sont recrutées pour une foire commerciale en El Salvador.

El Salvador — Les entreprises qui désirent profiter des possibilités en El Salvador devraient envisager d'exposer leurs produits à la foire internationale bisannuelle de ce pays, qui se tiendra du 4 au 15 novembre 1992.

Intitulée officiellement **La Feria Internacional de El Salvador**, la manifestation dure plus longtemps que la plupart des foires commerciales. Aussi, l'ambassade du Canada mettra de la superficie à la disposition des sociétés qui veulent y participer seulement pendant deux ou trois jours. Les secteurs les plus prometteurs pour l'exportation des produits et services canadiens sont les suivants : le matériel de télécommunications, le matériel électrique, les engrais, les produits grand public ainsi que les machines textiles et celles pour la fabrication de vêtements.

À **La Feria** de 1990, environ 300 000 personnes ont visité le pavillon canadien. Cette manifestation a compté 17 pavillons nationaux, des entreprises participantes de 31 pays.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la participation à **La Feria Internacional de El Salvador**, s'adresser à Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, AECCEC, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les entreprises peuvent également prendre directement contact avec André LeBlanc, Section des affaires commerciales et économiques, ambassade du Canada, San José, Costa Rica. Tél. : (011-506) 55-35-22. Télécopieur : (011-506) 23-23-95.

Exposition de catalogues médicaux en Suisse

Zurich — Le Canada aura un stand avec exposition de catalogues à la foire internationale de matériel médical et hospitalier (IFAS'92), qui se tiendra dans cette ville du 3 au 6 novembre.

C'est la troisième fois que le Canada participe à cette manifestation qui se tient tous les deux ans et attire jusqu'à 400 exposants de plus de 20 pays. Les produits exposés à IFAS vont des fournitures de base jusqu'au matériel de haute technologie.

Au salon de 1990, les aides à la rééducation fonctionnelle, les implants, les dispositifs de gériatrie et d'orthopédie étaient très en vue — et très recherchés.

IFAS attire surtout des acheteurs principaux pour les hôpitaux et les maisons de repos, des gestionnaires de compagnies d'assurance et des autorités cantonales, ainsi que des membres du gouvernement et des comités consultatifs gouvernementaux. Les praticiens, les thérapeutes, les travailleurs de laboratoire et les producteurs de produits pharmaceutiques visitent aussi le salon.

Les visiteurs du pavillon canadien rempliront des formulaires afin d'indiquer ce qui les intéresse. Après la foire, l'ambassade du Canada fera le suivi auprès des entreprises canadiennes.

Les fabricants et les exportateurs canadiens de matériel, d'instruments et de dispositifs médicaux et hospitaliers qui désirent exposer leurs brochures descriptives et illustrées au pavillon canadien doivent envoyer au plus trois exemplaires à l'adresse suivante :

Section des affaires commerciales et économiques, ambassade du Canada, B.P. CH-3000, Berne 6, Suisse. (Veuillez marquer sur le colis «Aux fins d'exposition à IFAS»).

La nouvelle adresse du consulat général du Canada à Berlin est la suivante : Friedrichstrasse 95, 0-1086, Berlin, Allemagne. Les numéros de téléphone (030 261-1161/1162/1163) et le numéro de télécopieur (030 262-9206) demeurent inchangés.

À Markham (Atlanta), une foire commerciale met l'accent sur le secteur des services

Markham — Les entreprises et les organismes capables d'aider les fabricants à accélérer leurs initiatives dans le domaine du commerce extérieur seront le centre d'intérêt à **Global Connections '92**, qui se tiendra dans cette ville les 14 et 15 octobre.

Cette foire commerciale internationale de développement du commerce d'importation et d'exportation et une conférence auront aussi lieu à Atlanta (Géorgie) les 18 et 19 novembre 1992.

Selon les organismes qui parrainent **Global Connections**, celle-ci permettra aux entreprises du secteur des services, aux organismes gouvernementaux, aux maisons de commerce international, aux banques internationales,

aux transitaires, aux courtiers en douane, aux sociétés de communications internationales et aux experts-conseils d'exposer les services qui peuvent faciliter l'accès aux marchés extérieurs.

Les lieux comprendront une aire pour la foire commerciale, une aire pour les colloques et une aire pour l'établissement de réseaux. Ils pourront accueillir 400 exposants et jusqu'à 5 000 visiteurs, dont on prévoit la présence.

Pour obtenir de plus amples renseignements (inscription, coût, etc.) sur **Global Connections'92**, communiquer avec Exsel Marketing Inc., 940, avenue Lansdowne, Toronto M6H4G9. Tél. : (416) 534-3677. Télécopieur : (416) 534-2739.

L'Association des maisons de commerce extérieur du Québec offre des cours de commerce extérieur

Montréal — Des cours qui familiariseront les participants avec les techniques d'importation et d'exportation utilisées dans le commerce extérieur sont offerts ce mois et le mois suivant à Montréal.

Voici quelques-uns des sujets traités dans le cadre du cours **Le commerçant international-Introduction** : l'identification du marché, la sélection des clients, la détermination des sources d'approvisionnement, les modalités et le coût du transport international, le financement et les méthodes de paiement dans le commerce extérieur, les risques, l'établissement des prix à l'exportation et la négociation.

Ouverts à tous les particuliers — bien que l'inscription soit limitée — qui désirent améliorer leurs compétences dans ce secteur, dont l'importance croît,

les cours comptent des conférenciers qui sont des commerçants très expérimentés.

Voici les détails : emplacement : l'Association des maisons de commerce extérieur du Québec (AMCEQ), Montréal; date : 22 septembre - 29 octobre 1992 (anglais); 9 septembre - 19 octobre 1992 (français); durée : 30 heures, les mardis et les jeudis de 18 h 30 à 21 h 30; coût : 450 \$. Il est possible de se renseigner et de s'inscrire par l'intermédiaire de l'AMCEQ. Tél. : (514) 286-1042. Télécopieur : (514) 848-9003.

Ces cours sur le commerce extérieur sont offerts par l'AMCEQ depuis 1988. Ils ont été élaborés avec l'aide du ministère des Affaires internationales du Québec et d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Le Cuba (Suite de la page 5.)

foire. Télex : (code de destination : 28) 511586 (CANCU). Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec

Joseph Cogné, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 943-8806.

Nouvelle ère d'industrialisation en Jordanie

La Jordanie est un des pays qui ont le plus souffert de la guerre du Golfe et les répercussions se feront encore sentir un bon moment. Bien que la crise ait eu de nombreuses incidences négatives, elle a aussi créé des débouchés non traditionnels importants dans différents secteurs, ce qui devrait encourager plutôt que décourager les exportateurs.

En dépit d'un taux de chômage très élevé et d'une demande très forte de ressources et de services publics, le pays continue de montrer des signes de redressement socio-économique.

En 1991, les exportations canadiennes ont triplé pour atteindre un record de 20 millions \$CAN en ce qui concerne les produits et d'environ 13 millions \$CAN pour ce qui est des services. La majeure partie de ces exportations est générée par l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Les exportateurs doivent agir rapidement pour trouver des partenaires afin de tirer parti de la vaste gamme de débouchés qui se situent surtout dans les secteurs des produits forestiers, des matériaux de construction, de l'industrie agro-alimentaire, de l'exploitation minière, du transport, des machines et des services industriels. L'ambassade à Amman estime que tous ces secteurs offrent de nombreuses possibilités.

La Jordanie dépend grandement des importations pour sa consommation. L'afflux de plus de 300 000 personnes du Koweït a fait augmenter la population d'environ 10% en quelque mois et a provoqué une forte demande de produits alimentaires et de matières premières, entre autres.

En 1990, les importations de la Jordanie ont atteint un record de 3 milliards \$CAN, soit 40% de plus que l'année précédente. La Banque centrale a accumulé des réserves qui dépassent actuellement 4 milliards \$CAN, ce qui ne peut que favoriser les importations.

Ceci présage une nouvelle ère d'industrialisation en Jordanie. Une banque locale estime que plus de 300 nouvelles entreprises industrielles ont

été établies au deuxième trimestre de 1991. Elles sont concentrées surtout dans l'agro-alimentaire, l'industrie légère des métaux, de l'électricité, les secteurs pharmaceutique et chimique.

Tous ces facteurs offrent de nombreuses possibilités aux exportateurs canadiens entreprenants dans une vaste gamme de secteurs.

Pour plus d'information, communi-

quer avec Michael Wooff, Division Afrique et Moyen-Orient (GBT), AECEC, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél.: (613) 993-6983; télécopieur (613) 990-7431 ou avec l'ambassade canadienne en Jordanie, C.P. 815403, Amman. Télécopieur (011-962-6) 689-227. Tél.: (code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

Le marché de la télévision en Argentine vaut la peine d'être exploré

En Argentine, d'excellents débouchés existent pour les exportateurs et les fournisseurs canadiens de matériel, de services de programmation et d'autres services connexes fournis aux câblodistributeurs et aux télédistri-
buteurs locaux.

Une note de service provenant de l'ambassade du Canada à Buenos Aires indique qu'à présent, on compte plus de 1 000 systèmes de télédistribution, environ 3 millions d'abonnés et l'on prévoit une croissance rapide dans le proche avenir.

L'ambassade indique également qu'il est nécessaire d'améliorer les installations existantes pour permettre les émissions de la télévision payante et de la télévision à la carte. En outre, la télévision payante fait ses débuts (car les transmissions VHF brouillées sont permises) et il est probable que de tels services seront nombreux au cours des deux à trois prochaines années.

Pour tirer parti de ce marché potentiel, la Section des affaires commerciales de l'ambassade du Canada à Buenos Aires a préparé une étude sur *le marché de la câblodistribution et de la télédistribution en Argentine*. Cette étude fournira aux entreprises canadiennes intéressées une base solide pour pénétrer ce marché. Les entreprises qui désirent obtenir un exemplaire de l'étude ou des renseignements sur les foires commerciales dans ce secteur doivent communiquer avec Ghislaine Harquail,

Premier Secrétaire (Commercial), Ambassade du Canada, Casillia de Correo 3698, 100 Buenos Aires, Argentina. Télécopieur : (011-54-1) 806-1209. Tél.: (Code de destination : 0331 21383. Tél. : (011-54-1) 805-3032.

Crédit de 20 millions de dollars pour le Kazakhstan

Un crédit de 20 millions de dollars pour le commerce avec le Kazakhstan sera utilisé dans le cadre de projets approuvés mutuellement dans les secteurs du pétrole et du gaz et de l'agriculture d'affaires, a annoncé le ministre du Commerce extérieur, M. Michael Wilson, au cours d'une mission commerciale récente qu'il a menée dans ce pays, en Russie et en Ukraine.

«Le Kazakhstan possède un potentiel économique impressionnant en raison de ses grandes réserves de pétrole, de gaz et d'une variété d'autres minerais,» a dit M. Wilson.

Le crédit sera administré par la Société pour l'expansion des exportations, l'organisme officiel de crédit à l'exportation du Canada, chargé de fournir des crédits à l'exportation, des prêts, des garanties et d'autres services financiers visant à promouvoir le commerce d'exportation canadien.

AU CALENDRIER

Montreal — 15 septembre-17 novembre: Session de 30 heures du cours intitulé « Le transport dans la mise en marché du produit », dans le cadre des activités de formation du Ministère des Affaires internationales (MAI) en collaboration avec le Centre de transport international des marchandises (CTIM). A Québec, les mêmes ateliers se donneront du 22 septembre au 24 novembre. On peut s'inscrire auprès du CTIM aux numéros suivants: Téléphone (514) 274-3573 Télécopieur (514) 274-9608.

Montreal — le mercredi soir, de septembre à novembre et de janvier à avril: le cours « Introduction au commerce international », offert par l'Association des manufacturiers du Québec, en collaboration avec le ministère des Affaires internationales (MAI). Pour s'inscrire, communiquer avec Ginette Desroches, Association des manufacturiers du Québec. Téléphone: (514) 866-7774.

Cambridge (Ontario) - 17 septembre; **Brantford** - 14 octobre; **Mississauga** - 5 novembre; **Scarborough** - 19 novembre - International Trade Shows Made Profitable Workshops. Communiquer avec Barry Siskind, International Training and Management, Toronto. Tél./Télécopieur: (416) 483-3836.

Montreal — 4, 5 et 6 octobre - 49^{ième} congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens. Plus de détails dans notre numéro du 15 septembre. Pour s'inscrire, communiquer avec M^{me} Jacqueline Miller, Ottawa. Téléphone: (613) 238-8888. Télécopieur: (613) 563-9218.

Ottawa — 12 au 16 octobre - La tenue, pour la première fois au Canada, de la Conférence internationale d'accréditation des laboratoires (ILAC) regroupera des experts du monde entier. Pour en savoir plus sur l'ILAC, communi-

quer avec la Division des essais, Conseil canadien des normes, Ottawa. Télécopieur: (613) 995-4564.

PUBLICATIONS

Guide du marché de l'Australie

Une nouvelle édition du livret intitulé *Australie : Guide de l'exportateur canadien* (4CF), vient d'être publiée par la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud d'AECEC.

La publication répond aux questions posées le plus souvent au sujet du marché australien, y compris l'évaluation du marché, la façon de trouver des clients, l'établissement des prix, le lancement du produit sur le marché et la manière de se faire payer.

Il est possible de se procurer des exemplaires du livret, en mentionnant le numéro de code, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page).

Commerce des commandes par correspondance

Un nouveau guide qui pourrait aider les entreprises canadiennes à percer sur le marché des maisons de vente sur catalogue et de publipostage d'une valeur de 150 milliards de dollars par an aux États-Unis a été produit par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis d'AECEC.

La vente par catalogue aux États-Unis : Guide de l'exportateur aidera les sociétés à trouver des catalogues américains qui contiennent des produits semblables aux leurs. Il fournit également des conseils sur la façon d'établir des

accords avec des maisons de vente sur catalogue aux É.-U. et contient une liste-échantillon des catalogues américains et des produits qu'ils contiennent.

Il est possible de se procurer des exemplaires de ce guide (code 99UF) auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page).

À noter

Le nouveau numéro de télécopieur du consulat général du Canada à Quito, Equateur, est le (00-593-2) 503-108. Trois nouvelles lignes de téléphone sont maintenant disponibles: (00-593-2) 564-795, 506-162, et 506-163.

La nouvelle adresse du consulat général du Canada à Berlin est la suivante: Friedrichstrasse 95, 01086, Berlin, Allemagne. Les numéros de téléphone (030 261-1161/1162/1163) et le numéro de télécopieur (030 262-9206) sont inchangés.

Correction

Le numéro de téléphone pour l'*Arab Agricultural Directory 1993* est le (613) 746-6780 et le numéro de télécopieur est le (613) 747-6641. L'adresse est la suivante, M. Omar Hajzoug, VP Marketing, Omar Publishing, 68 Stanley Avenue, Ottawa, K1M 1P6.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CAI
EA
C16F
V.10
#15
DOCS
C.1

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMÉRO

SEP 18 1992

CANAD EXPORT

Vol. 10 N° 15

15 septembre 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

L'ALENA obtient le feu vert

A l'heure actuelle, quiconque lit un journal, regarde la télévision ou écoute la radio sait qu'un Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) a été approuvé — en principe.

«En principe» signifie que l'Accord, qui aura des incidences sur la plupart des entreprises canadiennes, doit encore être ratifié par les gouvernements appropriés dans chaque pays (Canada, États-Unis et Mexique). Une fois ratifié, il entrera en vigueur le 1^{er} janvier 1994. Ça c'est du clair et du connu.

Ce qui l'est moins, c'est l'impact des changements de l'accord sur les exportateurs et sur ceux qui s'apprentent à le devenir.

Afin de clarifier cette question (et d'autres questions qui intéressent les exportateurs), *CanadExport* publiera périodiquement des articles sur le sujet. A cette étape initiale, nous pouvons citer des statistiques qui montrent que, parmi une multitude de questions reliées au commerce :

- Les exportations canadiennes au Mexique ont augmenté de 100 % pendant les cinq premiers mois de cette année, par rapport à la même période en 1991;
- L'accord commercial devrait ouvrir un marché nord-américain total de pièces automobiles de plus de 12,8 milliards \$ d'ici 1994;
- Le commerce bilatéral a dépassé 3 milliards \$ en 1991 et dépassera 5 milliards \$ d'ici la fin de la décennie; et
- Les droits de douane et les prescriptions relatives aux licences d'importation en vigueur au Mexique seront éliminés — immédiatement pour certains, sur cinq à dix ans pour d'autres — de façon à assurer aux entreprises un accès sans obstacles à un marché de 85 millions de consommateurs.

(Voir page 2 — L'ALENA)

La promotion des entreprises conjointes et des investissements en Malaisie

Les entreprises canadiennes intéressées aux entreprises conjointes avec la Malaisie devraient prendre contact avec Enterprise Malaysia Canada (EMC), un organisme mis sur pied par le gouvernement fédéral — par l'entremise de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), qui fournit un financement de \$ 14,7 millions sur une période de cinq ans.

Coopers & Lybrand, une entreprise d'experts-conseils en administration des affaires internationales, administre l'EMC pour le compte de l'ACDI.

Tout semble indiquer que l'économie florissante de la Malaisie, épaulée par les politiques pro-actives du gouvernement, offre de nombreuses possibilités aux firmes canadiennes.

Le gouvernement malaisien entend porter l'industrialisation du pays au niveau de l'Europe de l'Ouest et de l'Amérique du Nord d'ici l'an 2020 (certains observateurs économiques prévoient que cet objectif pourrait être atteint d'ici l'an 2005).

Pour atteindre cet objectif, on planifie des initiatives ambitieuses relatives à l'infrastructure: voies rapides, ports, aéroports, télécommunications, gazoducs, aménagements hydroélectriques, gestion de l'eau et projets de logement.

Le gouvernement malaisien sait que le savoir-faire technologique étranger est essentiel à la réussite de ses plans. Un secteur privé solide (qui comprend un nombre croissant d'anciennes activités gouvernementales, récemment privatisées) a également besoin de technologie et d'investissements étrangers.

Michael Strong, le directeur canadien d'EMC, en poste à Vancouver, dit que les investissements dans les projets exécutés dans le cadre d'entreprises conjointes, effectués aujourd'hui par des entreprises canadiennes, sont

extrêmement prometteurs.

«Par exemple, dit M. Strong, au cours des quatre dernières années, les sociétés américaines qui ont investi en Malaisie ont obtenu un rendement moyen des investissements de 26,5 %.»

Toujours d'après M. Strong, ce rendement est supérieur à celui de 16,1 % obtenu dans tous les dix pays de la Communauté économique européenne, et de 10,8 % obtenu par les entreprises américaines qui ont investi au Canada pendant la même période.

Outre sa situation stratégique en Asie du Sud-Est — elle permet d'accéder à un marché potentiel de plus de 300 millions de consommateurs —, la Malaisie offre d'autres avantages pour ce qui est des investissements.

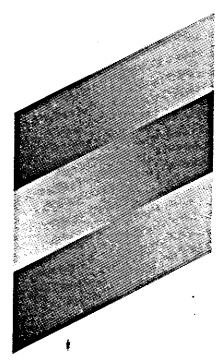
Le gouvernement encourage l'investissement étranger, offre d'attrayantes mesures d'encouragement fiscales ainsi que le rapatriement des fonds. Le coût des terrains et de la main-d'oeuvre est également attrayant. Les institutions du pays sont semblables à celles du Canada, et l'anglais est la langue du commerce.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec les bureaux suivants d'Enterprise Malaysia Canada:

- bureau 700, 1111, rue Hastings ouest, Vancouver (C.-B.) V6E 2J3. Tél.: (604) 661-5728. Télécopieur: (604) 661-5770.
- 1202, Centre Sussex ouest, 990, rue Burnhamthorpe ouest, Mississauga

(Voir page 2 — La Malaisie)

DANS CE NUMÉRO	
Débouchés commerciaux	3
Foires de Caracas à Singapour	4-6
Information sur l'ALENA	7
Calendrier et publications	8



Canada

Les Jeux d'Atlanta 1996 : un marché inusité

Des séances et des rencontres d'information seront offertes aux entreprises canadiennes qui veulent fabriquer et vendre, au Canada et aux États-Unis (É.-U.), sous licence, des produits destinés aux Jeux olympiques de 1996 à Atlanta. Les sessions se tiendront à Toronto (le 30 septembre 1992) et à Montréal (le 1^{er} octobre 1992). Les Jeux olympiques de 1996 à Atlanta, qui marquent le centenaire des Jeux olympiques modernes, offrent, à divers titres, un intérêt spécial aux sociétés canadiennes qui désirent commercialiser des produits autorisés aux É.-U. dans le cadre des Jeux olympiques:

- Ils seront les premiers, depuis les Jeux de 1976 à Montréal, à avoir lieu dans une zone du fuseau horaire de l'est en Amérique du Nord;
- Aux É.-U., on s'attend à une forte demande des consommateurs en ce qui concerne les produits commémoratifs,

les séries limitées et les souvenirs reliés aux Jeux olympiques de 1996 — on prévoit que les ventes de produits autorisés au cours des quatre prochaines années seront plusieurs fois supérieures aux ventes de 130 millions \$ réalisées aux Jeux de 1984 à Los Angeles.

À ces séances d'information, Robert Hollander, vice-président, octroi de permis, de l'Atlanta Centennial Olympic Products (A.C.O.P.), discutera du programme américain d'octroi de permis. Un avocat spécialisé dans les marques de commerce, et membre de l'Atlanta Committee for the Olympic Games, traitera des questions d'ordre juridique concernant l'octroi de permis et la vente, aux É.-U., de produits autorisés dans le cadre des Jeux olympiques. Quant au président du Trust olympique du Canada, Bill Wardle, il discutera du programme canadien d'octroi de permis et de sa relation avec le programme américain.

Ces séances d'information s'adressent d'abord aux entreprises d'articles-cadeaux, d'articles de sport, de vêtements et de nouveautés; il existe aussi des débouchés prometteurs pour les sociétés canadiennes qui veulent faire des affaires dans le cadre de sous-permis ou de sous-traitance pour le compte de futurs détenteurs de permis américains, aux É.-U. et au Canada.

Les Jeux olympiques auront lieu dans quatre ans; toutefois, on s'attend à ce que les permis soient accordés au cours des quelques prochains mois afin de permettre aux titulaires de permis de commencer à commercialiser leurs permis le plus tôt possible.

Les séances sont organisées conjointement par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario, le ministère des Affaires internationales du Québec et le Trust olympique du Canada. Pour s'inscrire à l'avance à ces activités et recevoir un «Preliminary Merchandise License Questionnaire» de l'A.C.O.P., communiquer, à Toronto, avec Mary Palmer, ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, tél. : 416-325-6663, ou, à Montréal, avec Jean-Pierre Leclerc, ministère des Affaires internationales, tél. : 514-499-2153.

L'ALENA — (Suite de la première page.)

CanadExport traitera des questions relatives à l'ALENA par secteur d'intérêt, en décrivant comment l'Accord peut vous affecter, vous, à titre d'exportateurs ou d'exportateurs éventuels.

Vous, nos lecteurs axés sur les affaires, pouvez nous envoyer des questions qui concernent les incidences éventuelles de l'ALENA sur vos entreprises.

Dites-nous ce que vous désirez lire.

Envoyez les demandes de renseignements, les opinions et les suggestions — de préférence par télécopieur ou lettre — à l'adresse suivante : CanadExport/ALENA, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 992-5791.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

La Malaisie

(Suite de la première page.)

(Ontario) L5B 3C3. Tél.: (416) 279-6966. Télécopieur: (416) 279-0137.

• Suite 10.02 10th Floor, Plaza See Hoy Chan, Jalan Raja Chulan, 50200 Kuala Lumpur, Malaysia. Tél.: (603) 230-2288. Télécopieur: (603) 232-3740.

• L'adresse du Premier délégué commercial est la suivante : Canadian High Commission, Tingkat 7, Plaza MBf, Jalan Ampang, 50450, Kuala Lumpur, Malaysia. Tél.: (603) 261-2000. Télécopieur: (603) 261-1270.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

CORÉE — D'après la mission à Seoul, il semble exister, dans ce pays, une possibilité pour les entreprises canadiennes capables de fournir des centrales électriques à l'échelle industrielle. Des possibilités s'offrent aux firmes canadiennes compétitives en ce qui a trait aux entreprises conjointes et au transfert de technologie. Les sociétés canadiennes intéressées qui veulent explorer ce marché doivent envoyer des renseignements sur leurs produits à l'ambassade du Canada à l'adresse suivante : Canadian Embassy, P.O. Box 6299, Seoul 100-662, Republic of Korea. Tél.: (011-82-20753-2605/8; 753-7290/3. Télécopieur: (011-82-2) 755-0686; 774-6989. Télex: (Code de destination: 801) 27425 (CANADA K27425).

COSTA RICA — Une entreprise spécialisée dans la fabrication et l'exportation de systèmes de sécurité (portes de chambres fortes, boîtes de dépôt de nuit, classeurs à tiroirs de sécurité) recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour fabriquer des boîtes de haute sécurité. On peut se procurer un profil d'investissement auprès de Jacques Dupuy, C.P. 4540-1000, San José, Costa Rica. Tél.: (506) 334324. Télécopieur: (506) 235722.

COSTA RICA — Un fabricant de machines pour la transformation du café, qui exporte 63 % de la production, recherche un partenaire capable de fournir un investissement, de la technologie et du savoir-faire en marketing à l'échelle internationale. On peut obtenir un profil d'investissement auprès de M. Dupuy (voir l'annonce sur le Costa Rica ci-dessus).

HONGRIE — Une entreprise de mise

au point de composés plastiques et de fabrication recherche un partenaire d'entreprise conjointe capable d'améliorer les techniques de marketing et de vente. La société connaît à fond 12 technologies brevetées, notamment celles relatives aux échangeurs thermiques pour le nettoyage du gaz de combustion, aux échangeurs thermiques air-air, au réchauffage préalable de l'eau dans des chaudières, aux pipelines à tubes de puissance dans des centrales, et aux matériels divers servant à la fabrication de plastique renforcé de fibres de verre.

Débouchés commerciaux

Communiquer avec Magda Batky, KOMPOZITOR Kft., 1147 Budapest, Gyarmat u. 71, Hongrie. Tél./télé. : (36-1) 252-6122.

INDE — A New Delhi, une entreprise désire importer de la technologie ou conclure des accords d'entreprise conjointe (investissement) pour la fabrication d'oxygénateurs et de pièces accessoires. Actuellement, la société importe et assemble une trousse coeur-poumon et des instruments chirurgicaux ordinaires. Communiquer avec Lifeline Systems Pvt. Ltd., 50/10, Yusuf Sarai, New Delhi-110016, India. Tél.: 665940. Télécopieur : 6862680. Télex: 31-73306 LLSIN.

MEXIQUE — Une entreprise désire importer, par lots de 100 000 livres, de la résine et des composés de PVC. Elle veut aussi discuter d'échange de technologie, d'entreprises conjointes et de représentation. Communiquer avec Leopoldo Caraballo, Sales Manager, Telas Plasticas Extruidas, S.A. de C.V., Escuadron 201 # 145, Col. Nicanor Arvide, Mexico 01160. Tél.: 271 81 66. Télécopieur: 272 14 98.

MEXIQUE — Une compagnie veut représenter des entreprises canadiennes et importer du carburant

diesel, des dérivés du pétrole et de nouveaux produits destinés à l'industrie pétrolière. Communiquer avec Alejandro Loyola, Lupeqsa, Noradino Rubio # 49, Col. Casa Blanca, 76030 Queretaro, Queretaro, Mexico. Tél.: (42) 16 03 58. Télécopieur: (42) 16-16-54.

NIGÉRIA — Un importateur de marchandises diverses désire entrer en contact avec des fournisseurs canadiens de réfrigérateurs usagés, de vêtements usagés et de fournitures de tout genre. Communiquer avec Carol Mbah, Trade Trust Overseas Ltd., 58 Ojuelegba Road, P.O. Box 6879, Surulere, Lagos, Nigeria, West Africa.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un établissement indépendant de recherche qui participe à la fabrication et au finissage de roulements, à la mise au point d'affûteuses et à la fabrication et à la mise au point d'instruments de mesure et de diagnostic et de machines d'essai désire coopérer avec des partenaires étrangers, surtout dans le domaine des dispositifs électroniques et des systèmes de contrôle destinés aux machines-outils. Communiquer avec M^{me} Marie Liskutinova, directrice, ZKL VUVL, a.s., Marianske nam. 1, 617 00 Brno-Komarov, Tchecoslovaquie. Tél.: 0042 5) 337840, poste 327, 136. Télécopieur : (0042 5) 339 871.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Dans ce pays, le fabricant principal de composants électroniques (connecteurs, interrupteurs, culots) utilisées dans les domaines des télécommunications, des produits électroniques pour automobiles, des applications militaires et informatiques désire coopérer avec des entreprises étrangères pour l'expansion de sa gamme de produits ou l'introduction de nouvelles technologies. Communiquer avec Jiri Subrt, directeur général, Tesla Jihlava, Havlickova 36, 586 28 Jihlava, Tchecoslovaquie. Tél. : (0042 66) 24 670. Télécopieur : (0042 66) 29 665.

Présence canadienne aux foires de Caracas

NOUVELLES TECHNOLOGIES

Caracas — Les entreprises qui veulent explorer ou pénétrer le marché des nouvelles technologies au Venezuela jugeront peut-être utile de participer à la prochaine exposition, **ExpoConserv**, qui se tiendra du 19 au 22 novembre 1992 dans la capitale du pays.

Depuis le début du programme d'ajustement économique, il y a maintenant plus de trois ans, le Venezuela libère progressivement son économie. Le secteur national du commerce et des services n'a pas échappé à la volonté du gouvernement de créer une économie davantage ouverte et globale; il fait

d'ailleurs l'objet de modernisation. Afin de pouvoir survivre, les entreprises dans ce secteur doivent faire l'acquisition de technologies leur permettant de mieux contrôler les stocks, la facturation, le transport et la gestion de l'entreprise, etc., et ce, en vue d'offrir un meilleur service à la clientèle dans ce nouveau cadre croissant de libre concurrence.

Reconnaissant le besoin pour ses membres d'être mis au fait des nouvelles technologies disponibles, le Conseil national du commerce et des services organise **ExpoConserv**, qui attirera des exposants de la Communauté économique européenne, des États-Unis, de la Corée et du Japon.

Cette manifestation offrira aux parti-

cipants une excellente occasion de faire la promotion de leurs nouvelles technologies, notamment les systèmes de collecte et de gestion des informations, les télécommunications, le matériel de vente au détail et les systèmes de sécurité.

Les sociétés qui veulent participer ou obtenir de plus amples renseignements sur **ExpoConserv** doivent prendre contact avec la Section des affaires commerciales, ambassade du Canada, Torre Europa, 7^e étage, avenue Francisco de Miranda, Campo Elegre, Caracas, Venezuela. Tél. : (01-58-2) 951-6166/67/68. Télécopieur : (011-58-2) 951-4950. Téléx : (Code de destination 31) 23377 (DOMCAN VE).

ET TOURISME

Caracas — Des places dans le stand seront disponibles pour les agents de voyage, les détaillants et les grossistes à la 2^e exposition internationale — **Tourism 92**, qui se tiendra dans cette ville du 9 au 11 novembre. La première exposition, qui a eu lieu l'année dernière, a attiré 75 exposants reliés au voyage : des représentants de compagnies aériennes et d'hôtels aux représentants d'entreprises de location d'automobiles et de lignes de paquebots de croisière.

Cette exposition offrira une excellente possibilité aux entreprises de voyage pour la promotion du Canada et de leurs produits et services à plus de 3 000 agents de voyage et 600 clients.

Les prix des places dans les stands vont de 900 \$ US la superficie de 2 sur 2 mètres à 1 650 \$ US la superficie de 5 sur 2 mètres.

Les firmes intéressées doivent prendre contact avec la Section des affaires commerciales, ambassade du Canada, Torre Europa, 7^e étage, avenue Francisco de Miranda, Campo Elegre, Caracas 1060, Venezuela. Tél.: (011-58-2) 951-6166/67/68. Télécopieur: (011-58-2) 951-4950. Téléx: (Code de destination: 31) 23377 (DOMCAN VE).

À Cuba, une foire commerciale marque son 10^e anniversaire

Havana — La Foire internationale de La Havane (2-8 novembre), qui célèbre son 10^e anniversaire est la première manifestation commerciale de Cuba — habituellement ouverte par le président Fidel Castro en personne.

Les entreprises canadiennes qui agissent rapidement peuvent participer — soit en achetant leur propre stand ou en envoyant de la documentation aux fins d'exposition dans un stand d'information tenu par le personnel de l'ambassade du Canada à La Havane.

La Foire internationale de La Havane est réputée comme l'endroit idéal pour la promotion du commerce régional avec les Antilles et l'Amérique latine — et, plus récemment, pour la promotion des accords d'entreprises conjointes ou de collaboration avec l'industrie cubaine.

Selon l'ambassade, la foire a traditionnellement représenté «une excellente occasion d'établir des relations commerciales directes avec des acheteurs cubains qui, d'ordinaire, tirent parti du grand nombre de fournisseurs étrangers pour négocier les programmes

d'achat de Cuba pour le début de l'année suivante.»

Bien que Cuba ait réduit ses importations en raison des problèmes économiques causés par la disparition de ses relations commerciales avec l'ancienne Union soviétique et les autres pays du Bloc de l'Est, elle réoriente maintenant ses relations commerciales vers les fournisseurs occidentaux.

«Dans de telles circonstances, c'est le moment propice soit de visiter Cuba pour la première fois ou de mettre à jour ses relations et prouver de façon tangible que l'on continue à s'intéresser à ce marché.»

Un autre avantage, c'est qu'un certain nombre de firmes cubaines dans les secteurs du tourisme, de la médecine et de certaines industries qui gagnent des devises fortes se financent maintenant par leurs propres ressources, ce qui leur permet d'acheter le matériel et les fournitures nécessaires directement sur la base de lettres de crédit confirmées. Les entreprises qui veulent avoir leur propre stand à la Foire internationale

(Voir page 5 — Le Cuba.)

Une foire commerciale de pétrole et de gaz à Singapour

Singapour — Les entreprises qui veulent percer sur le marché florissant du pétrole et du gaz naturel en Asie du Sud-Est sont invitées à participer à Offshore South East Asia 1992 (OSEA 92), qui se tiendra du 1^{er} au 4 décembre au World Trade Centre de Singapour.

OSEA est une manifestation globale visant les fournisseurs de matériel pour l'exploitation de pétrole et de gaz en mer et à terre — surtout dans les domaines de l'exploration, de la production et du transport.

En ce qui concerne les entreprises qui vendent à l'industrie du pétrole et du gaz dans la région de l'Asie et du Pacifique, la conférence et l'exposition OSEA sont devenues la principale plateforme de ventes bisannuelle depuis le début de ces manifestations en 1976.

Cette année, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et le gouvernement de l'Alberta ont uni leurs efforts pour que l'exposition de 1992 soit la plus grande qui ait jamais eu lieu relativement aux exposants canadiens, ce qui permettra aux entreprises d'exposer leur matériel promotionnel au stand d'information du gouvernement du Canada.

Les sociétés qui désirent exposer leur matériel promotionnel ou obtenir de plus amples renseignements doivent communiquer avec Michelle McCormack, Troisième Secrétaire (Commercial), Canadian High Commission, Robinson Road, P.O. Box 845, Singapore 9016. Tél. : (011-675) 225-6363. Télécopieur : (011-65) 226-1541.

Les sociétés qui veulent exposer à OSEA 1992 — complétée cette année par une exposition soeur, Refining, LNG & PetrochemAsia 92 — doivent s'adresser à Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario), M1A 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

Les É.-U. invitent nos entreprises à trois foires d'importance

Las Vegas/Chicago/Anaheim — Par l'intermédiaire du U.S. Department of Commerce, le Foreign Commercial Service de l'ambassade des États-Unis (É.-U.) à Ottawa fait la promotion de trois manifestations dont les participants canadiens pourraient tirer parti pour étudier les É.-U. comme marché potentiel d'importation et d'exportation.

Ces foires s'inscrivent dans le cadre du programme «Foreign Buyer Mission (FBM) de l'ambassade des É.-U. Ils prévoient que le groupe d'acheteurs canadiens sera le plus grand jamais enregistré.

Les manifestations, qui comprennent des séances d'information sur les lieux et des possibilités d'établissement de réseaux, sont les suivantes :

• **Automotive Aftermarket Industry Week '92** — 3-6 novembre, Las Vegas — L'exposition la plus complète de pièces et de services relatifs à l'automobile, organisée à un seul endroit pour la première fois dans l'histoire du marché secondaire des É.-U.

• **Pack Expo '92** — 8-12 novembre, Chicago — La manifestation de technologie de l'emballage la plus grande dans l'hémisphère occidental.

• **Wescon '92** — 17-19 novembre, Anaheim — Un événement de haute technologie qui aura lieu pour la première fois, axé sur les produits et services électroniques d'avant-garde.

Pour s'inscrire, communiquer avec le Bureau commercial de l'ambassade des États-Unis à Ottawa. Tél. : (613) 238-5335 poste 217.

Comment vendre aux maîtres d'œuvre américains

Washington — L'ambassade du Canada à Washington, D.C. organise des séances d'information spéciales sur les marchés aux États-Unis (É.-U.). Ces séances comprendront une possibilité de rencontres individuelles

La séance d'information du 1^{er} décembre 1992, qui coïncide avec l'exposition Superfund '92, renseignera les participants intéressés sur la technologie et les services nouveaux — dans le domaine du déplacement et du traitement des déchets dangereux — que les maîtres d'œuvre (prime contractors) et les gestionnaires de projet américains recherchent.

Huit entrepreneurs principaux américains sur les marchés de l'environnement ainsi que des cadres des ministères de la Défense et de l'Énergie fourniront des renseignements sur les possibilités imminentes. Les entreprises canadiennes qui s'inscrivent à l'avance et dont les produits et services répondent aux intérêts des firmes américaines peuvent demander des rendez-vous avec les conférenciers.

Pour renseignements, communiquez, par télécopieur, avec Peter Drabble, First Secretary (Commercial), Canadian Embassy, Washington, D.C. Télécopieur : (202) 682-7619.

Le Cuba — (suite de la page 4)

de La Havane doivent faire la réservation rapidement car on prévoit que le nombre de participants sera supérieur à celui de l'année dernière, lorsque 300 firmes de 24 pays ont participé. (La superficie minimale du stand sera de 9

mètres carrés au coût de 130 \$ US le mètre carré).

Les entreprises incapables de participer elles-mêmes peuvent envoyer de 30 à 40 catalogues sur les produits,

(Voir page 6 — Le Cuba.)

La SEE finance des exportations vers le Venezuela

Des exportateurs canadiens ont récemment conclu un certain nombre de transactions d'une valeur globale de plus de 17 millions de dollars américains en se prévalant d'une ligne de crédit établie par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) avec la société Bariven, S.A., du Venezuela.

Westinghouse Canada Inc., de Hamilton (Ontario), a vendu des composants de turbines à gaz à Lagoven, S.A., grâce à un financement de la SEE s'élevant à 9 327 826 \$ US.

Sierra Drill Manufacturing, de Calgary (Alberta), a vendu deux appareils de forage à Maraven, S.A., grâce à un financement de la SEE de 1 344 050 \$ US.

Natco Canada, une division de Cummings Point Ltd., de Calgary (Alberta), a vendu du matériel de déshydratation des gaz à Lagoven, S.A.,

grâce à un financement de la SEE s'établissant à 1 060 466 \$ US.

La ligne de crédit que la SEE a conclue avec Bariven représente le premier mécanisme de financement que la Société met à la disposition du groupe Petroléos de Venezuela, S.A. (PDVSA). Signé en janvier 1992, ce mécanisme constitue l'une des lignes de crédit les plus rapidement utilisées de toutes celles établies par la SEE.

Le groupe PDVSA a fait savoir que, dans le cadre de ses ambitieux projets d'expansion, il se propose d'accroître ses acquisitions de matériel au Canada, ce qui pourrait se traduire par d'autres débouchés à l'exportation au Venezuela pour les compagnies canadiennes du secteur pétrolier et gazier.

La SEE est l'organisme officiel de crédit à l'exportation du Canada chargé d'offrir des services d'assurance-crédit à l'exportation, des prêts, des garanties et d'autres services financiers pour favoriser le commerce extérieur du Ca-

nada. Ses bureaux sont localisés à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

Contrats décrochés

Controlled Environments Limited (Convion), de Winnipeg a obtenu deux contrats. Le premier, attribué par DuPont De Nemours, (France), a une valeur de 1,6 million de dollars; le second, accordé par les Nations Unies, a une valeur de 1,7 million de dollars. Convion installera des chambres de culture dans le cadre des deux projets.

Sainte-Foy, le 10 août 1992 - La compagnie québécoise **Groupe Berclain Inc.** annonce la signature d'un important contrat de fourniture de logiciels au Mexique avec la compagnie Cartonages Estrella SA de CV.

Un contrat de deux ans (avec options d'achat) de plus de 9 500 000 \$ CAN a été attribué à **Mustang Engineered Technical Apparel Corp.**, de Richmond (C.-B.), pour la fourniture de son gilet de sauvetage gonflable le plus récent, le Mark V, à la United States Navy. La société fabrique une vaste gamme de produits de sécurité et de survie individuels destinés aux utilisateurs industriels et gouvernementaux ainsi qu'aux personnes qui pratiquent la navigation de plaisance.

La foire alimentaire de Milan

Milan — Les organisateurs de la participation du Canada à Expo Food (6-10 novembre 1992) ont élaboré un concept qui, selon eux, encouragera et aidera les petites et moyennes entreprises à exposer au pavillon canadien.

Une superficie d'exposition de 30 mètres carrés a été réservée pour permettre aux entreprises (qui sont incapables d'avoir leur propre stand) d'exposer leurs nouveaux produits alimentaires, additifs alimentaires, ingrédients et matériel — à un coût très économique.

Relativement à la superficie d'exposition de nouveaux produits, l'élément clé c'est que plusieurs entreprises utilisent une superficie d'exposition commune — réduisant ainsi considérablement le coût de participation tout en leur accordant la possibilité d'exposer leur gamme de produits à cette foire

commerciale internationale.

Les coûts sont aussi réduits d'autres manières : la société organisatrice, Interexpo de Montréal, fera traduire, en italien, de la documentation descriptive d'une entreprise, mettra sur pied un étalage échantillon d'une compagnie (qui sera tenu tout le temps par un représentant qualifié d'Interexpo), enregistrera les demandes de renseignements commerciaux reçues et établira un rapport sur le marché. Des dispositions peuvent également être prises avec Interexpo pour la mesure des goûts.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce «concept d'exposition de nouveaux produits» ou obtenir d'autres détails sur Expo Food, communiquer avec Louis D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Montréal. Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

Le Cuba — (Suite de la page 5.)

qui seront exposés au stand d'information. A la fin de la foire, le personnel de l'ambassade informera les sociétés de tout intérêt suscité par leurs brochures.

Pour envoyer des brochures ou pour acquérir un stand, l'adresse est la suivante : Section des affaires commerciales, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa (Ontario) K1N 8T7. Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Téléx : (Code de destination 28) 51-1586. Réponse : (CAN CU).

Feuillets de renseignements sur l'ALENA

Ces feuillets, traitant de questions relatives à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et présentés selon les questions débattues, les secteurs industriels et les provinces, sont disponibles à INFOEXPORT.

Si vous souhaitez recevoir ces feuillets, cochez ceux que vous désirez et faites parvenir votre liste à INFOEXPORT par fax (613-996-9709) ou à l'adresse postale 125 Promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 211LF - Agriculture | <input type="checkbox"/> 206LF - Prom. du Commerce au Mex. |
| <input type="checkbox"/> 250LF - Alberta | <input type="checkbox"/> 221LF - Propriété Intellectuelle |
| <input type="checkbox"/> 241LF - Aliments et boissons | <input type="checkbox"/> 202LF - Prospérité: lien commercial |
| <input type="checkbox"/> 207LF - Aléna - ALE | <input type="checkbox"/> 254LF - Québec |
| <input type="checkbox"/> 237LF - Appareils manufact./électr. | <input type="checkbox"/> 222LF - Règlement des différends |
| <input type="checkbox"/> 234LF - Automobile(secteur) | <input type="checkbox"/> 209LF - Règles d'origine |
| <input type="checkbox"/> 212LF - Automobile(fiches) | <input type="checkbox"/> 251LF - Saskatchewan |
| <input type="checkbox"/> 203LF - Avantages de l'Ale | <input type="checkbox"/> 214LF - Services |
| <input type="checkbox"/> 233LF - Aérospatiale/Défense | <input type="checkbox"/> 230LF - Soins de santé |
| <input type="checkbox"/> 204LF - Le Canada a atteint ses objclés | <input type="checkbox"/> 227LF - Souveraineté canadienne/protection |
| <input type="checkbox"/> 249LF - Colombie Britannique | <input type="checkbox"/> 223LF - Subventions/antidumping |
| <input type="checkbox"/> 228LF - Industries culturelles | <input type="checkbox"/> 208LF - Obstacles au commerce/tarifaires |
| <input type="checkbox"/> 231LF - Droits de la personne | <input type="checkbox"/> 244LF - Technologie de l'information |
| <input type="checkbox"/> 205LF - Débouchés à l'exportation au Mex. | <input type="checkbox"/> 258LA - Terre Neuve |
| <input type="checkbox"/> 229LF - Eau | <input type="checkbox"/> 213LF - Textiles et vêtement |
| <input type="checkbox"/> 226LF - Environn./accords de travail | <input type="checkbox"/> 217LF - Transport(services) |
| <input type="checkbox"/> 238LF - Environn./équip/services | <input type="checkbox"/> 247LF - Transports/services |
| <input type="checkbox"/> 224LF - Environnement | <input type="checkbox"/> 216LF - Télécommunications |
| <input type="checkbox"/> 240LF - Services financiers | <input type="checkbox"/> 246LF - Vêtement/cuir/chaussure |
| <input type="checkbox"/> 215LF - Services financiers(fiches) | <input type="checkbox"/> 259LF - Yukon & Terr. du Nord-ouest |
| <input type="checkbox"/> 242LF - Foresterie | <input type="checkbox"/> 219LF - Énergie |
| <input type="checkbox"/> 218LF - Investissement | <input type="checkbox"/> 248LF - Équip. Transport Urbain |
| <input type="checkbox"/> 257LA - L'Île-du-Prince-Édouard | <input type="checkbox"/> 243LF - Équipements industriels |
| <input type="checkbox"/> 245LF - Loisir/secteur ménager/santé | <input type="checkbox"/> 12LF - Vue d'ensemble et description |
| <input type="checkbox"/> 225LF - Main d'oeuvre, salaires | |
| <input type="checkbox"/> 252LF - Manitoba | |
| <input type="checkbox"/> 220LF - Marchés publics | |
| <input type="checkbox"/> 239LF - Métaux ferreux/non-ferreux | |
| <input type="checkbox"/> 210LF - Normes | |
| <input type="checkbox"/> 255LF - Nouveau Brunswick | |
| <input type="checkbox"/> 256LF - Nouvelle-Écosse | |
| <input type="checkbox"/> 253LF - Ontario | |
| <input type="checkbox"/> 236LF - Chimiques/pharmaceut/plastiques | |
| <input type="checkbox"/> 232LF - Consultation/processus législatif | |
| <input type="checkbox"/> 235LF - Services commerciaux & professionnels | |

EXPÉDIER LES RENSEIGNEMENTS À :

Nom _____

Entreprise _____

Adresse _____

Code postal _____

AU CALENDRIER

Ottawa — Le 14 octobre — Les gens d'affaires, les experts en relations internationales et les avocats pourront assister à une conférence d'une journée sur le thème suivant : Faire des affaires dans les Amériques : l'ouverture des marchés... un monde à découvrir! Cette conférence mettra l'accent sur la récente libéralisation de ces marchés et sur les politiques commerciales canadiennes qui les concernent. Les conférenciers compteront des experts du libre-échange et du commerce extérieur du Canada, des États-Unis et de l'Amérique latine. Les organisateurs sont les facultés de droit et d'administration (Université d'Ottawa), le Centre de droit et politique commerciale, et l'Association des exportateurs canadiens. Pour détails supplémentaires et renseignements sur l'inscription, appeler au (613) 564-7047.

Ottawa — 15 octobre — L'étude de la politique en matière d'avantages industriels régionaux, le Comité de la compétitivité industrielle, les possibilités d'achats compensatoires : tels sont les sujets qui seront discutés à l'assemblée d'automne du Forum for Industrial Participation, qui se tiendra au Centre des congrès d'Ottawa. L'assemblée est ouverte à toutes les parties intéressées, mais il faut s'inscrire à l'avance. Prendre contact avec R.C. Brown, président, 1538, chemin Featherston, Ottawa K1H 6P2. Tél.: (613) 733-0704. Télécopieur: (613) 741-6013.

Toronto — Le 19 octobre (réception et dîner); le 20 octobre (conférence): Session ayant pour thème - « Les diffé-

rends commerciaux : mécanismes de règlement et perspectives d'avenir». On mettra l'accent sur les aspects du règlement des différends dans le cadre de l'Accord de libre-échange, de l'Accord de libre-échange nord-américain et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce. Pour obtenir d'autres informations, communiquer avec les organisateurs de la conférence, la Canada-U.S. Business Association, Etobicoke (Ontario). Tél.: (416) 621-

1507. Télécopieur: (416) 620-5392.

Saskatoon — 28-30 octobre — **Business Expo '92** comportera des colloques et comptera des conférenciers afin d'aider les petites entreprises à réaliser des ventes éventuelles de leurs produits et services et de se faire mieux connaître. S'adresser à Rick Harnett, Saskatoon Chamber of Commerce, Saskatoon. Tél. : (306) 244-2151. Télécopieur : (306) 244-8366.

PUBLICATIONS

Un nouveau répertoire des exportateurs

Les sociétés canadiennes qui veulent accroître leur part du marché mondial pourraient partir du bon pied en faisant la publicité de leurs produits et services dans l'édition de 1993-1994 du *Canadian Exporters Catalogue Directory (CECD)*, produit par une maison d'édition en Colombie-Britannique. Le répertoire à couverture rigide, publié pour la première fois, doit paraître au début de l'année 1993. Il sera distribué — par l'intermédiaire de consulats commerciaux fédéraux et provinciaux dans 126 pays — à des acheteurs et des décideurs sélectionnés.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, la British Columbia Trade Development Corporation et l'Association des manufacturiers canadiens jugent utile la parution d'un tel répertoire. Si vous voulez paraître dans le CECD, il faut vous y prendre d'ici le 30 novembre 1992.

Pour renseignements, communiquer

avec Fouad Tabet, président, International Publishing & Development Inc., C.P. 2317, Clearbrook, Colombie-Britannique V2T 4X2. Tél. : (604) 855-9115 ou 1-800-667-0991. Télécopieur : (604) 855-9117.

Les relations Canada-Japon

The Canadian est une revue publiée quatre fois par an par La Chambre de commerce du Canada au Japon. Les frais d'abonnement annuel sont de 65 \$ (y compris le port aérien).

La revue — publiée en janvier, en avril, en juillet et en octobre — met l'accent sur les relations commerciales entre le Canada et le Japon. Elle contient aussi des conseils pratiques sur la manière de réussir sur ce marché.

Pour tous renseignements, communiquer avec La Chambre de commerce du Canada au Japon à l'adresse suivante: The Canadian Chamber of Commerce in Japan, P.O. Box 79, Akasaka Post Office, Minato-Ku, Tokyo 107, Japan. Télécopieur: 813-3408-4190.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CAI
EA
C16f
#16
1992
DOCS

~~LATEST ISSUE~~
~~DERNIER~~
~~NUMERO~~

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 16

1 octobre 1992

C'est le Mois canadien du commerce extérieur!

La date de ce numéro coïncide avec le coup d'envoi d'une campagne annuelle d'un mois (octobre) qui sert à souligner l'importance du commerce extérieur pour le bien-être économique et social du Canada. Le Mois canadien du commerce extérieur (MCCE) est l'occasion de saluer les succès des entreprises canadiennes sur les marchés mondiaux et, par l'entremise d'une série de manifestations destinées aux exportateurs canadiens, d'inciter et d'aider les sociétés canadiennes à tirer parti des débouchés commerciaux à l'étranger.

Le MCCE est l'un des nombreux pro-

grammes d'expansion des exportations qu'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) offre aux entreprises canadiennes.

Il s'agit d'un effort concerté auquel participent les Centres du commerce international gérés par le Ministère, d'autres ministères et organismes fédéraux ainsi que des associations et des organisations commerciales du secteur privé, répartis dans l'ensemble du Canada. La manifestation principale de cette campagne d'un mois, c'est le Prix d'excellence à l'exportation canadienne qui, cette année, célèbre son 10^e anni-

versaire. Symbole de réussite et d'excellence au chapitre de l'exportation de biens et services canadiens dans toutes les régions du monde, le Prix est parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Il est décerné à des entreprises canadiennes qui ont montré leur capacité de soutenir la concurrence et de prospérer sur les marchés mondiaux.

Cette année, le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, annoncera les noms des lauréats du Prix, dans le cadre d'une cérémonie spéciale qui aura lieu à Montréal le 5 octobre. Le Prix coïncidera avec le 49^e Congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens. (Voir l'article connexe à la page 5).

Depuis la création du programme, 124 lauréats, choisis parmi 2 000 candidats, ont reçu un Prix. Pour célébrer le 10^e anniversaire du programme, les 124 lauréats du Prix ont été invités à participer à la cérémonie de 1992 qui aura lieu à Montréal. Une brochure spéciale, commémorant leurs réalisations dans le domaine des exportations, leur sera remise à cette occasion.

Un autre élément crucial du Mois canadien du commerce extérieur et une manifestation qui a été officiellement ouverte par M. Wilson à Toronto le

(Voir page 2 — Le Mois)

Un pont sur le Pacifique

Le Festival Hong Kong 1992

Ce mois-ci et le mois prochain, plusieurs villes canadiennes vivront au rythme de Hong Kong, de ses spectacles, de sa musique et de ses parfums. Le Festival Hong Kong 92 a été lancé à Toronto fin septembre et doit prendre fin officiellement à Vancouver, en novembre, alors que le Gouverneur de Hong Kong présidera les cérémonies de clôture.

Cette promotion d'importance, un spectacle somptueux de six millions de dollars, financé par Hong Kong, est le volet complémentaire de Festival Canada '91, organisé par le Canada l'été dernier à Hong Kong. Les deux festivals ont été créés afin de consolider un partenariat croissant et de promouvoir l'amitié entre les deux régions.

Le thème de Festival Hong Kong 92 est le suivant: « Hong Kong and Canada: Bridge Across the Pacific » (Hong Kong et le Canada: Un pont sur le Pacifique), et bien que de nombreuses activités culturelles (danse du dragon, parades de rues, expositions d'art et festivals alimentaires) puissent voler la vedette, le commerce en est l'élément-clé.

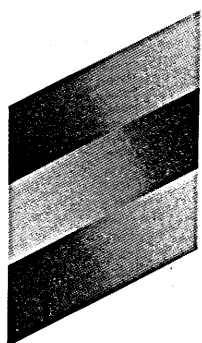
À Calgary, par exemple, les dirigeants commerciaux estiment que le festival est l'occasion pour la ville de vendre son savoir-faire dans les domaines des télécommunications, de la protection de l'environnement et de l'ingénierie. Les responsables prévoient que jusqu'à 500 dirigeants commerciaux, parrains, organisateurs et volontaires de Hong Kong participeront à l'événement du 1^{er} au 14 octobre.

Dans le même ordre d'idées, le chapitre de Vancouver de la Hong Kong Canada Business Association organise un atelier et un colloque portant sur le nouvel aéroport de Hong Kong et sur des projets d'infrastructure connexes.

On tiendra des colloques et des déjeuners d'affaires importants, réunissant des cadres du monde gouvernemental et du milieu des affaires de Hong Kong et du Canada, dans les cinq centres clés du Canada: Toronto, Montréal, Calgary, Ottawa et Vancouver. Des colloques commerciaux et des promotions de produits sont aussi prévus dans des villes, notamment Winnipeg, Halifax,

(Voir page 5 — Le Festival)

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
OCTOBER 1 1992
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE



Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

DANS CE NUMÉRO

- Débouchés commerciaux 3
- Foires et conférences 4-5
- Débouchés en RFTS 6
- Le potentiel du Liban 8
- Le marché mexicain 9 & 11
- Publications et calendrier 12

Le Mois canadien du commerce extérieur (Suite de la première page.)

30 septembre, c'est VisionExport 92 (auparavant Carrefour).

Ce programme d'expansion du commerce permet aux exportateurs canadiens de rencontrer des délégués commerciaux expérimentés venant d'ambassades, de hauts-commissariats et de consulats du Canada dans le monde entier. VisionExport, avec le concours des Centres du commerce international du Canada, aide les entreprises canadiennes qui exportent déjà et celles qui se préparent à le faire à se tenir au fait des débouchés qui s'offrent à elles sur les marchés mondiaux, et leur offre des renseignements précis sur la meilleure façon de tirer parti des possibilités. Dans le cadre d'VisionExport, des spécialistes du commerce extérieur d'AECEC seront présents pour discuter des possibilités de vente de produits et services à nos plus proches partenaires commerciaux, les États-Unis et le Mexique, ainsi qu'ailleurs dans le monde, y compris en Europe et dans les pays de l'Asie-Pacifique.

Les délégués commerciaux qui participent à ces manifestations sont regroupés par équipes sectorielles représentant une vaste gamme d'industries dotées des capacités nécessaires pour exporter. En octobre, les secteurs suivants seront représentés :

- le matériel et les services environnementaux;
- les produits de construction;
- les produits de consommation (vêtements);

- le tourisme;
- les produits agro-alimentaires et les produits de la pêche (exportations aux États-Unis).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur VisionExport 92, communiquer avec le Centre de commerce international de votre région.

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

Colombie-Britannique
Vancouver
Tél. : (604) 666-0434
Téléfax : (604) 666-8330

Alberta — Calgary
Tél. : (403) 292-6660
Téléfax : (403) 292-4578
Edmonton
Tél. : (403) 495-2944
Téléfax : (403) 495-4507

Saskatchewan — Regina
Tél. : (306) 780-5020
Téléfax : (306) 780-6679
Saskatoon
Tél. : (306) 975-5315
Téléfax : (306) 975-5334

Manitoba — Winnipeg
Tél. : (204) 983-8036
Téléfax : (204) 983-2187

Ontario — Toronto
Tél. : (416) 973-5067
Téléfax : (416) 973-6049

Québec — Montréal
Tél. : (204) 283-8185
Téléfax : (514) 283-8794

Nouveau-Brunswick
Moncton
Tél. : (506) 851-6452
Téléfax : (506) 851-6429

Île-du-Prince-Édouard
Charlottetown
Tél. : (902) 566-7400
Téléfax : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse — Halifax
Tél. : (902) 426-7540
Téléfax : (902) 426-2624

Terre-Neuve — St. John's
Tél. : (902) 772-5511
Téléfax : (902) 772-2373

L'Australie impose un droit sur les véhicules

L'Australie a imposé, à compter du 1^{er} juillet 1992, un droit spécial de 12 000 \$ par véhicule sur tous les véhicules d'occasion. Ce droit spécial s'ajoute au droit ad valorem ordinaire qui s'applique à ces véhicules. Cependant, certains véhicules importés dans le cadre de circonstances particulières peuvent être exempts de ce droit.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'exportation de véhicules à moteur à l'Australie, communiquer avec Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : 613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

COSTA RICA — Un fabricant et exportateur de moules de haute précision, de moules métalliques et d'outils de précision veut conclure un accord d'entreprise conjointe afin d'acheter de nouvelles machines pour augmenter la production et les exportations. On peut se procurer un profil d'investissement auprès de M. Jacques Dupuy, C.P. 4540-1000, San José, Costa Rica. Tél. : (506) 334324 Télécopieur : (506) 235722.

COSTA RICA — Une société bien connue désire conclure un accord d'entreprise conjointe afin de fabriquer des composants métalliques pour des interrupteurs et d'autres dispositifs électriques qui seront exportés vers les marchés de l'Amérique centrale et des Antilles. On peut obtenir un profil d'investissement auprès de M. Dupuy (voir l'annonce sur le Costa Rica ci-dessus).

COSTA RICA — Un fabricant de résistances électriques et d'autres composants destinées aux appareils de chauffage industriels et ménagers recherche un partenaire en vue de fabriquer des chauffe-eau et des sècheuses industrielles et ménagères. On peut se procurer un profil d'investissement auprès de M. Dupuy (voir l'annonce sur le Costa Rica ci-dessus).

MEXIQUE — Une firme ayant comme clients principaux le gouvernement fédéral et les gouvernements des États désire importer du matériel de construction et des usines de traitement des eaux usées. Elle veut aussi discuter des possibilités d'entreprise conjointe, d'échange de technologie, de représentation et d'investissement. Communiquer avec Alberto Alvarez, Industrial Manager, Pyasa Ingenieros Civiles, S.A. de C.V., Insurgentes Sur

1877-303, Col. Guadalupe Inn, 01020 Mexico D.F. Tél. : 227-0200. Télécopieur : 550-6027.

MEXIQUE — Une compagnie désire importer des pièces d'automobiles du Canada ou représenter des fabricants de ces pièces. Joindre Alejandro Galindo Munoz, San Francisco 340-201, Col Del Valle, 03100 Mexico, D.F. Tél. : (525) 687-9248.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise de fabrication et d'ingénierie réputée offre la possibilité de partici-

vaque. Tél. : (0042 2) 752 141. Télécopieur : (0042 2) 752 568.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une compagnie désire entrer en contact avec des entreprises canadiennes pour la production éventuelle de nouveaux produits de télécommunications et électroniques ainsi que pour la coopération éventuelle en ce qui concerne la production mécanique et la conception d'outils. Actuellement, la société fabrique du matériel de courant porteur et des systèmes de transmission, des instruments de mesure et diverses pièces destinées à des systèmes de télécommunications. Joindre Josef Martinec,

directeur général, U nakladoveho nadrazi 6, 130 65 Prague 3-Zizkov, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 2) 772857. Télécopieur : (0042 2) 776345.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise qui fabrique une vaste gamme de matériel de mesure et d'inspection (pieds à coulisse, micromètres, calibres, dispositifs de mesure électroniques) recherche des partenaires pour la fabrication de ce matériel. La société s'intéresse aussi à la fabrication sous licence ou à la représentation en ce qui concerne des produits qui complèteraient sa gamme actuelle de produits. Joindre Borek Palounek, directeur commercial, SOMET, statni podnik, Modlanska 1, 415 88 Teplice, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 417) 3124. Télécopieur : (0042 417) 29077.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une firme qui fabrique des machines de construction, de terrassement et de transport (remorques surbaissées, compacteurs, balayeuses mobiles, broyeurs d'ordures) désire établir un accord de production coopérative ou d'investissement avec un partenaire étranger. Joindre Jan Langer, directeur technique, Stavostroj a.s., 549 01 Nove Mesto nad Metuji, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 441) 76111. Télécopieur : (0042 441) 71528/71620.

Débouchés commerciaux

per au capital (capital de risque : 200 000 \$) à des firmes ou des particuliers exerçant des activités établies d'exportation, qui sont étroitement, mais pas exclusivement, associés à l'industrie de l'accueil. Elle veut établir une division d'exportation pour le marketing et la vente à l'échelle internationale de produits de haute qualité déjà appréciés localement, destinés à l'industrie de l'accueil. Il existe aussi une possibilité d'élargir la gamme de produits manufacturés en la diversifiant. Les parties intéressées doivent envoyer, par courrier ou télécopieur, des détails supplémentaires à l'adresse suivante: Export Investment Opportunity, P.O. Box 9044, Newmarket, Auckland, New Zealand. Télécopieur : (649) 529-2035.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant d'éléments hydrauliques et de machines utilisées dans l'ingénierie générale et l'aéronautique désire établir des relations d'affaires avec des entreprises semblables. Plus précisément, la société fabrique des moteurs à pistons et des pompes, des tuyaux à haute pression, des filtres, des moteurs hydrauliques, des organes de commande, et des réservoirs de surpression destinés à l'industrie aéronautique. Communiquer avec Evzen Rudolf, ingénieur technique, Strasnicka 783/1, 102 22 Prague 10-Hostivar, Tchécoslo-

Conférence et foire tenues en Floride :

Produits alimentaires et boissons...

Miami — Une exposition sur table, qui se tiendra dans cette ville de la Floride le 10 décembre 1992, permettra de faire la promotion des boissons et des produits alimentaires canadiens.

Le lendemain 11 décembre, il y aura une visite à la zone franche de Miami, ainsi qu'une rencontre avec des représentants de l'une des principales compagnies de croisière afin de discuter des procédures de fourniture de lignes de croisière.

Les organisateurs disent que, compte tenu des besoins d'approvisionnement des hôtels, des stations estivales et des lignes de paquebot de croisière, « le sud de la Floride offre un

vaste marché. » La région est également une porte d'accès commercial aux Antilles et à l'Amérique latine — régions qui enverront des agents et des distributeurs à cette manifestation. L'exposition de produits alimentaires et de boissons est organisée par le Canadian Government Office à Miami. Les coparrains sont le Consulat du Canada à Atlanta (Georgia) et le Haut-Commissariat du Canada en Jamaïque.

Les personnes qui désirent exposer leurs produits doivent communiquer avec le Canadian Government Office à Miami. Tél. : (305) 372-2352. Téléfax : (305) 374-6774.

...et technologie des soins de santé

Fort Lauderdale — Les entreprises canadiennes de technologie des soins de santé ont la possibilité de présenter leurs produits et services à un auditoire cible à la **South Florida Health Care Conference**, qui se tiendra dans cette ville les 15 et 16 octobre 1992.

L'auditoire cible comprend les utilisateurs finaux, les distributeurs, les revendeurs de produits à valeur ajoutée, les investisseurs et les cadres supérieurs dans le domaine des soins de santé (et les domaines connexes). La conférence, ayant pour thème: « Améliorer la qualité des soins de santé dans un environnement de compression des coûts », mettra l'accent sur les nombreuses possibilités lucratives de commerce, d'investissement et de transfert de technologie au sud de la Floride.

Cette région étant également la porte d'accès au commerce dans les Antilles et en Amérique latine, la conférence explorera aussi les possibilités d'exportation qu'offre ce marché aux entreprises canadiennes.

La conférence est parrainée par le Canadian American Business Alliance (CABA) du sud de la Floride.

Pour tous renseignements, communiquer avec le président de la CABA, Michael J. Donnelly (tél. : 305-782-1119); ou avec le Canadian Government Trade Office, Miami (tél. : 305-375-9287; téléfax : 305-374-6774).

Dénicher son partenaire à Global Connections

Markham — Pour les entreprises participant à la foire commerciale/conférence **Global Connections'92**, qui se tiendra dans cette ville les 14 & 15 octobre, l'expérience pourrait mener à la découverte de partenaires intéressants.

Global Connections attirera ceux qui songent à se lancer dans l'arène internationale et donnera aux industries de services l'occasion de faire valoir leurs compétences dans les secteurs du commerce et du partenariat.

Excel Marketing Inc., qui organise l'événement, en prépare également deux autres en collaboration avec le U.S. Department of Commerce: ces foires se tiendront en Georgie et en Caroline du Nord les 10 et 11 novembre, et aideront les manufacturiers canadiens à promouvoir leurs produits, surtout dans les secteurs de la technologie de l'environnement et des pièces automobile originales ou de rechange.

Pour renseignements, s'adresser à Régina Pearce, Excel Marketing Inc., Toronto. Tél.: (416) 534-3677. Téléfax: (416) 534-2739.

Foire de construction et de logement au Venezuela

Caracas — La foire de matériaux et de technologies pour l'industrie de la construction et du logement aura lieu dans cette ville du 23 octobre au 1^{er} novembre 1992.

Le secteur de la construction est l'un des secteurs les plus dynamiques, avec un taux annuel de croissance de 38 %. L'an passé, plus de 150 firmes ont par-

ticipé à la foire, qui a attiré 60 000 visiteurs, dont environ 35 000 étaient des professionnels de l'industrie.

Cette année, la manifestation s'accompagnera aussi une série de colloques et de conférences techniques.

Les entreprises qui désirent participer à la foire — les stands coûtent environ 240 \$ US le mètre carré — et

qui veulent obtenir d'autres informations doivent prendre contact avec l'ambassade du Canada, Torre Europa, 7^e étage, Ave. Francisco de Miranda, Campo Elégre, Caracas 1060, Venezuela. Tél.: (011-58-2) 951-6166/67/68. Téléfax : (011-58-2) 951-4950. Télex : (Code de destination : 31) 23377 (DOMCAN VE).

En vedette: le Prix d'excellence à l'exportation

L'AEC lance une invitation à son 49^e Congrès annuel

Les membres et les non-membres auront l'occasion de participer à l'une des manifestations les plus importantes dans le domaine de l'exportation, prévues pour cette année.

Le Festival Hong Kong 92

(suite de la page 1)

Edmonton, et Saskatoon.

Au moment d'aller sous presse, on confirme qu'au moins 44 personnalités et 14 délégations de Hong Kong viendront au Canada dans le cadre des promotions de **Festival Hong Kong 92** — ce qui indique clairement que les affaires et le commerce sont une partie importante de cette entreprise.

En fait, les relations commerciales se développent à un taux sans précédent: le commerce bilatéral a augmenté de plus de 500 p. 100 en terme de dollars, entre 1981 et 1990, pour se chiffrer maintenant à près de deux milliards par an.

L'afflux croissant, au Canada, de personnes de Hong Kong (environ 28 000 immigrants chaque année), a également des retombées économiques: le taux d'investissement de Hong Kong au Canada, à quatre milliards par an, dépasse son investissement partout ailleurs. Cette relation économique importante pourrait accorder au Canada un avantage de poids dans ses relations commerciales avec d'autres pays d'Asie, notamment la Chine.

Pour se renseigner sur Festival Hong Kong 92 et ses activités culturelles, s'adresser à David Lysné, (613) 995-9295. Pour renseignements d'ordre commercial, communiquer avec Dan Mrkich, (613) 995-6962. Tous deux sont à l'emploi du Ministère des Affaires Extérieures et Commerce International Canada, à Ottawa.

C'est le 49^e Congrès de l'Association des exportateurs canadiens (AEC) qui se tiendra du 4 au 6 octobre à l'hôtel Reine-Élizabeth de Montréal et au cours duquel on décernera le **Prix d'excellence à l'exportation canadienne**, point fort du Mois canadien du commerce extérieur.

Le Prix, parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et qui célèbre son 10^e anniversaire, sera remis le 5 octobre par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson.

Le Congrès annuel de l'AEC offre aux exportateurs de produits et services ainsi qu'aux entreprises fournissant des services aux exportateurs une occasion unique d'échanger connaissances et expérience avec d'autres exportateurs et avec des représentants du gouvernement, et d'établir de réseaux avec eux.

Il réunit également des représentants des milieux d'affaires, des syndicats, du gouvernement et de l'enseignement.

Cette année, le thème du Congrès, « Équipe Canada: La voie à suivre », sera élaboré par un panel qui discutera des éléments essentiels au bien-être économique du Canada dans un environnement mondial commercial de plus en plus interdépendant.

Cinq ateliers permettront de discuter des possibilités et des défis aux États-Unis, en Amérique latine, en Afrique, en Europe, au Moyen Orient et dans la région de l'Asie-Pacifique. D'autres thèmes seront discutés au cours de séances simultanées:

- le transport international; on examinera surtout les éléments permettant d'améliorer la compétitivité des transports;
- les nouvelles tendances et les faits nouveaux en matière de financement à

l'exportation;

- l'Accord de libre-échange nord-américain et son état actuel;
- un dialogue sur la façon dont le gouvernement et l'industrie peuvent collaborer plus efficacement pour former une équipe à l'exportation couronnée de succès;

- l'Accord de libre-échange nord-américain et l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis; on traitera de questions telles que les règles sur le pays d'origine, le remboursement des droits de douane et le règlement des différends;

- les barrières commerciales internationales;

- le commerce et l'environnement;
- des études de cas à partir des stratégies employées avec succès par trois récipiendaires des prix 1992 d'excellence à l'exportation;

- la maison de commerce comme « clé » des marchés d'exportation et l'utilisation réussie de la compensation;

Au moment de la rédaction du présent article, les conférenciers principaux, les panélistes clés et les animateurs (certains restent à confirmer) étaient notamment: M. Robert Bourassa, premier ministre du Québec; M. Michael H. Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur; M. Robert Clark, sous-négociateur canadien en chef de l'Accord de libre-échange nord-américain (et son homologue mexicain, le Dr. Jaime Zabludovsky); les directeurs de divers ministères et associations; et des présidents et directeurs généraux du secteur privé. Les personnes qui désirent obtenir de plus amples renseignements doivent communiquer avec Louise Doucet (AEC, Ottawa, tél. : (613) 238-8888, poste 225; téléfax : (613) 563-9218).



*République fédérale tchèque et slovaque***Débouchés dans le secteur des services non financiers**

Le présent article donne un aperçu de certains segments du secteur des services non financiers; il est fondé, dans une grande mesure, sur l'exposé qu'a fait, en novembre 1991, M. Jan Vanous, président de la PlanEcon Consulting Company, établie à Washington, D.C.

Compte tenu de la négligence, par le passé, des services non financiers en RFTS et de facteurs tels que la taille du marché, le potentiel de croissance, la concurrence et la rentabilité locales, PlanEcon estime qu'il existe des possibilités supérieures à la moyenne dans la majeure partie de ce secteur.

Les domaines les plus prometteurs sont les suivants : centres d'achat, supermarchés, quincailleries, réseaux de distribution en gros, services internationaux d'expédition, services de messagerie, services juridiques, services de gestion et techniques, services de sécurité électronique, hôtels et autres services de logement, agences de location de voitures, restauration rapide, câblodistribution et télévision ordinaire, jeux d'argent, chasse, chirurgie plastique, soins dentaires et écoles de langues.

Distribution et vente au détail

Sous le gouvernement communiste, les systèmes de distribution de nombreux produits (pièces d'automobiles et matériaux de construction) étaient hautement monopolistiques et combinaient en général les aspects du gros et du détail de la distribution en un seul organisme gouvernemental.

Les magasins de détail des réseaux de distribution appartenant à l'État sont maintenant offerts aux investisseurs privés.

L'avenir du secteur du commerce de gros est moins clair. D'une part, la privatisation pourrait offrir aux investisseurs la possibilité de gagner pratiquement le contrôle du système de distribution pour l'ensemble d'un secteur du marché. D'autre part, de nom-

breux grossistes sont fortement endettés, possèdent souvent des stocks invendables, et risquent de ne pas survivre au passage à la propriété privée. Quoi qu'il en soit, un vide existe dans le secteur du commerce de gros en RFTS et l'acquisition de systèmes existants comme le développement de nouveaux réseaux de commerce de gros pourraient offrir des débouchés importants aux investisseurs étrangers.

Le secteur du commerce de détail offre aussi des possibilités intéressantes, compte tenu du fait que pour presque tous les produits, la nouvelle concurrence privée manque en général de capitaux et de fournitures. Par exemple, un grand magasin dans une ville de taille moyenne où il n'existe pas de magasin semblable pourrait représenter un investissement prometteur.

Quant aux produits alimentaires, le nombre de magasins par rapport à la taille de la population est faible; en outre, 90 % des magasins existants occupent moins de 100 mètres carrés. Par conséquent, les supermarchés représentent d'excellentes possibilités; des entreprises hollandaises, allemandes, autrichiennes et espagnoles exercent déjà certaines activités dans ce secteur.

Pour ce qui est des opérations de détail, l'emplacement et la sécurité des fournitures sont évidemment les éléments clés de la réussite. Bien que certains produits occidentaux se vendent bien dans ce pays, il ne faut pas oublier que les consommateurs de là-bas ont des revenus limités et qu'ils sont sensibles aux prix. Par exemple, une chaîne de supermarchés hollandaise qui a ouvert neuf magasins dans la République tchèque vend 99 % de produits tchèques car les produits importés sont beaucoup trop chers.

Dans le cas de certains produits, les exemples du café Tchibo et de la gomme à mâcher Wrigley démontrent l'efficacité potentielle de réseaux de marketing

et de distribution bien organisés. Les représentants de Tchibo ont utilisé des campagnes éclair de marketing afin de couvrir chaque district en RFTS et ont réussi à y capturer pratiquement l'ensemble du marché du café. Wrigley a utilisé une stratégie semblable, fondée avant tout grandement sur une équipe efficace de ventes et de services aux clients. Celle-ci appuie les distributeurs et, en huit mois seulement, la société a réalisé un chiffre d'affaires de six millions de dollars.

Services commerciaux non financiers

Les cabinets d'avocats et de comptables occidentaux font de bonnes affaires en RFTS. Des cabinets d'avocats britanniques et américains y offrent des services d'experts-conseil et les grands cabinets de comptables y exercent aussi des activités. Même si les compétences extérieures se développent sûrement, par exemple dans le secteur de la comptabilité, les entreprises occidentales devraient être en mesure de conserver une part importante du marché, en particulier dans le domaine des services juridiques.

Un certain nombre de services de garde privés, récemment établis, réussissent assez bien sur le marché de la république fédérale. Au cours des prochaines années, les systèmes de sécurité électroniques seront probablement de plus en plus recherchés.

Hôtels, restaurants et services connexes

Le nombre de lits dans les hôtels de luxe a considérablement augmenté depuis novembre 1989. Par contre, on ne réussit toujours pas à répondre à la forte demande pour chambres de prix moyen (de 50 à 80 \$ la nuit). Si on arrive à accroître suffisamment à prix raisonnables, les hôtels de luxe pourront connaître des problèmes d'occupation.

(Voir page 7 — Les services)

Les services

(suite de la page 6)

MacDonalds prévoit s'installer à Prague d'ici la fin d'année. Plusieurs autres franchises de restauration rapide explorent aussi ce marché tout neuf. Par contre, les restaurants plus traditionnels risquent d'éprouver certaines difficultés à court terme car leurs prix doivent augmenter afin de refléter de plus près les prix des intrants.

Divertissement et publication

La câblodistribution offre de nombreux débouchés car le marché est relativement vaste. Les jeux d'argent sont un autre secteur à croissance.

Soins de santé et services médicaux

La désintégration continue du système de fournitures aux hôpitaux pourrait entraîner l'effondrement, ce qui offrirait des possibilités aux sociétés occidentales dans le secteurs de la distribution de fournitures médicales et des services hospitaliers et médicaux (c.-à-d. l'administration et la gestion des soins de santé).

Services de réparation

Malgré une concurrence locale importante, la prestation de services spécialisés (c.-à-d. relatifs aux transmissions d'automobiles, aux freins, etc.) devrait croître. On pourra, en particulier, trouver un créneau sur le marché de la RFTS pour les ateliers de réparation franchisés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction commerciale, Ambassade du Canada, Na Petynce 120, 169 00 Prague 6, Tchécoslovaquie. Télécopieur: (011-42-2) 355 476.

On peut aussi s'adresser à la Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale et de l'Est (RBT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur: (613) 995-1277.

Le Brésil réduit les tarifs sur l'informatique

Le 22 juillet 1992, le gouvernement du Brésil a établi une nouvelle échelle de tarifs à l'importation en ce qui concerne les produits informatiques. D'autres réductions suivront en octobre 1992 et juillet 1993. Le tarif d'importation moyen passera de 40 à 30 % en 1992, puis à 25 % en 1993.

La nouvelle politique montre que le gouvernement brésilien est déterminé à continuer à libéraliser ce secteur.

Grâce à ces tarifs inférieurs (qui figu-

rent sur le tableau annexé des tarifs par secteur (en pourcentage)), les fournisseurs canadiens devraient accéder au marché plus facilement.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Luis Bustos, chargé de dossier - Brésil, Direction du commerce avec l'Amérique Latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Téléfax : (613) 943-8806.

BRÉSIL — Tableau des nouveaux tarifs d'importation des produits informatiques

	Précédents	Juillet '92	Oct. '92	Juillet '93
A) Produits finaux	50	45	40	35
B) Cartes de circuit imprimé installées	50	40	35	30
C) Modules	35-50	30-40	25-35	20-30
D) Composantes de semi-conducteurs	40	20	—	15
E) Cartes de circuit imprimé non installées	30	20	—	15
F) Composantes critiques	30-50	Hors taxes	—	—

Protection de l'environnement

La publication *The Potential Brazilian Market for Canadian Products and Services in the Environmental Protection Field* (n°163LA) fournit des renseignements sur les besoins du Brésil dans des domaines tels que l'assainissement de base, la gestion des déchets, le contrôle de la pollution industrielle et la conservation de l'écosystème.

Le rapport indique aussi — comme l'a fait EcoBrasil'92, l'exposition internationale récente de technologies environnementales qui s'est tenue à Sao Paulo — qu'il existe une forte demande de savoir-faire canadien dans les do-

maines du nettoyage de la pollution et des systèmes de contrôle. Les entreprises qui désirent recevoir cette publication sur les nouveaux débouchés commerciaux doivent communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de cette page, et mentionner le numéro de code de la publication.)

Pour d'autres renseignements sur le marché au Brésil auprès de Sven Blake, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

*Le Liban***Un ancien partenaire avec un nouvel essor**

Le Liban, qui fut longtemps l'un des plus importants partenaires commerciaux du Canada au Moyen-Orient, commence à se redresser après 16 ans de déchirements internes.

L'ambassade du Canada à Amman, chargée des relations avec le Liban, estime que plusieurs secteurs offrent de bons débouchés aux exportateurs canadiens, notamment dans le domaine des télécommunications, de l'énergie, de la construction, de l'agro-alimentaire et du génie-conseil.

L'an prochain, dans le cadre du plan d'urgence, 2 milliards \$US seront dépensés pour réparer les services d'aqueduc, électriques et de télécommunications.

Beyrouth, jadis surnommée le "Paris du Moyen-Orient", a extrêmement souffert de la guerre. Le gouvernement libanais prévoit un énorme effort de reconstruction de la ville. Des dizaines de milliards de dollars y seront consacrés.

L'an prochain, dans le cadre du plan d'urgence, 2 milliards \$US seront dépensés pour réparer les services d'aqueduc, électriques et de télécommunications. Une bonne partie de ces travaux seront financés avec de l'aide étrangère, dont celle de l'Arabie saoudite qui a déjà versé 60 millions \$US. Par ailleurs, un groupe de pays parrainé par la Banque mondiale s'est déjà engagé à une aide de 700 millions \$US.

Des sociétés américaines, françaises et italiennes, entre autres, font actuellement des pieds et des mains pour décrocher d'importants contrats. Par exemple, la société Bechtel a obtenu un contrat d'importance pour élaborer un plan directeur de reconstruction en association avec des partenaires libanais et une entreprise italienne a commencé à exécuter un projet de 30 millions \$ en vue

d'améliorer le système d'approvisionnement en eau. L'ambassade indique que d'autres services techniques et consultatifs seront requis afin d'aider à la remise à neuf de secteurs clés, dans lesquels les exportateurs canadiens ont une solide réputation et une expérience reconnue.

Le ministère du Logement estime que 286 000 habitations ont été endommagées pendant la guerre et que 35% doivent être entièrement reconstruites. La situation est la même en ce qui concerne les immeubles industriels, agricoles et commerciaux. L'infrastructure de transport est aussi à restaurer.

Les systèmes de télécommunications ont été lourdement endommagés par la guerre civile et le mauvais service offert par les PTT d'Etat a poussé de nombreuses entreprises à avoir recours à des systèmes téléphoniques par satellite ou cellulaires afin de maintenir les liaisons avec l'étranger. Des systèmes téléphoniques privés ont vu le jour et le gouvernement compte faire de grands investissements pour reprendre la situation en main.

Même problème dans le secteur de l'énergie où les groupes électrogènes privés abondent. Les pannes majeures sont monnaie courante, si bien que la population doit se contenter de six à huit heures de service par jour.

Electricité du Liban (EDL), qui dessert 85% du pays, possède des ressources hydro-électriques considérables,

Les exportateurs doivent établir le plus rapidement possible des relations commerciales avec des partenaires libanais pour tirer profit du grand nombre de débouchés à court et à moyen termes offerts par les investissements gouvernementaux dans la reconstruction.

mais elles sont entièrement exploitées. EDL a laissé savoir qu'en plus de rénover complètement son réseau elle devait augmenter sa capacité de 2400 mW au cours de la prochaine décennie. Ces travaux sont évalués à plus de 3,4 milliards \$.

Une société japonaise a récemment terminé la réparation de deux centrales de 70 mW qui ne fonctionnaient pas depuis 1982, et l'Italie vient de signer un accord de fourniture de turbines à gaz.

Les exportateurs doivent établir le plus rapidement possible des relations commerciales avec des partenaires libanais pour tirer profit du grand nombre de débouchés à court et à moyen termes offerts par les investissements gouvernementaux dans la reconstruction. D'autre part, le secteur privé toujours fort dynamique du Liban est constamment en quête de nouveaux produits et services, et ce dans quel que secteur que ce soit.

Pour plus d'information sur les débouchés au Liban, communiquer avec la Division Afrique et Moyen-Orient (GBTE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél: (613) 990-5985; télécopieur: (613) 990-7431.

On peut aussi s'adresser directement à l'ambassade du Canada en Jordanie, C.P. 815403, Amman. Télécopieur (011-962-6) 689-227. Télex: (code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

À noter

L'ambassade du Canada à Pékin est déménagée à l'adresse suivante : 19, rue Dong Zhi Men Wai, Pékin, R.P.C. 100600. Ses numéros de téléphone (011-86-1-532-3536) et de télécopieur (011-86-1-532-4072) sont inchangés.

Secteurs prioritaires pour les Canadiens au Mexique

Comme l'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira à l'industrie canadienne de nouvelles perspectives sur le marché mexicain, nous entreprenons dans ce numéro une série sur les débouchés possibles qui s'offrent dans ce territoire mal connu de nos entreprises. Cette introduction au marché mexicain nous a été préparée par la section commerciale de l'Ambassade du Canada à Mexico et le premier volet de la série touche le secteur de l'agro-alimentaire. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, contacter l'agent de pupître de Mexico, Direction générale des Antilles et de l'Amérique latine, AECEC. Téléfax: (613) 943-8806. Téléphone: (613) 995-8804.

SECTEUR DE L'AGRICULTURE D'AFFAIRES

(produits alimentaires, poisson, céréales et oléagineux)

À l'heure actuelle, le Mexique importe, des produits agricoles et alimentaires pour plus de 2 milliards de dollars par an. Étant donné les conditions climatiques dans chaque pays, les secteurs agricoles au Canada et au Mexique sont plus complémentaires que concurrentiels l'un par rapport à l'autre.

Le Mexique continue à être un marché important pour les céréales, les oléagineux et les produits canadiens, et il existe des possibilités d'exporter du blé panifiable, des graines et de l'huile de colza canola ainsi que des cultures spéciales pour plus de 100 millions de dollars par an. Il existe également de bonnes possibilités pour l'exportation de céréales fourragères canadiennes telles que l'orge, ainsi que de l'orge brassicole ou du malt destinés à l'industrie croissante de la brasserie au Mexique. Dans ce pays, le cheptel bovin reflète le fait que la terre arable et l'approvisionnement en eau sont limités, et surtout que l'offre et la demande dans les secteurs des céréales et des oléagineux sont très déséquilibrées. Le pays n'est pas susceptible de devenir autarcique en ce qui concerne le bétail ou la viande dans un proche avenir. Par conséquent, on prévoit une demande croissante de bétail de reproduction, de porc et de produits carnés.

Le marché des produits alimentaires transformés offre également des débouchés importants aux entreprises canadiennes. En raison des changements dans les modes d'alimentation des Mexicains, attribuables à l'urbanisation et aux revenus supérieurs produits par des conditions économiques meilleures, des produits alimentaires canadiens spéciaux, tels que les biscuits et les petits gâteaux secs, les pommes de terre congelées et d'autres produits congelés et micro-ondeables, l'eau embouteillée, les aliments cuisinés et les casse-croûte, ont trouvé un créneau de marché au Mexique en concurrence avec de nombreux produits alimentaires américains.

Au Mexique, la consommation totale apparente de poissons, de crustacés, de mollusques et de leurs produits a augmenté en moyenne de 13 % pendant les quatre dernières années et dépasse un million de tonnes actuellement. On prévoit que le marché mexicain de ces produits continuera à augmenter à un taux annuel moyen de 3,5 % jusqu'à 1,2 milliard de dollars US, d'ici 1994. Le Canada détient une part

moyenne de 4,2 % de ce marché d'importation (qui représente 8 % de la consommation totale). Les exportations canadiennes consistent surtout en poissons frais et congelés transformés, principalement le saumon, la morue et le merlu, le homard et le crabe. De bons débouchés existent aussi en ce qui concerne la technologie et le matériel de capture et de transformation du poisson.

Le Mexique doit compter sur dépendre les importations pour fournir des produits alimentaires de base et des produits transformés à sa population croissante. En raison de ses capacités limitées dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche, en conséquence, le marché agro-alimentaire mexicain offre de nombreuses possibilités, et un meilleur accès à ce marché permettrait aux entreprises canadiennes de tirer parti des percées réalisées jusqu'à présent.

LE TRANSPORT CANADA-MEXIQUE

La brochure *Services de transport entre le Canada et le Mexique* (49LF), qui s'inscrit dans le cadre d'une série de publications destinées à répondre aux besoins des exportateurs canadiens en matière de distribution et de transport, fournit des renseignements descriptifs et statistiques sur les moyens de transport entre le Canada et le Mexique, ainsi que des analyses de chacun de ces moyens.

En plus de renseigner sur les moyens de transport par route, par rail, par mer et par air, ce guide de marché met l'accent sur les cas précieux avec lesquels les nouveaux exportateurs au Mexique devraient se franchiser avant d'expédier des marchandises vers le sud.

Il contient également des informations sur les transitaires, les installations d'entrepôt, les intervenants mexicains dans le domaine du transport, les entreprises et les personnes-ressources. On se procure ce guide, produit par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Nouvelles affectations pour ces délégués commerciaux

Alger — J. Morrow
 Alger — J. Broadbent
 Amman — M. Abou-Guendia
 Ankara — R. Henry
 Atlanta — J. Graham
 Auckland — J. Schwartzburg
 Bangkok — A. Pag
 Barcelone — R. F. Désamuré
 Beijing — G. Manuge
 Beijing — G. Potvin
 Bonn — F. Hess (investment)
 Bonn — G. Tognet
 Bonn — E. Mallory
 Boston — M. Rooney
 Bruxelles (EEC) — S. Brereton

Bucharest — T. Greenwood
 Buenos Aires — D. Cohen
 Buenos Aires — K. Beacock
 Buffalo — J-G Tardif
 Canberra — R. Pudifin
 Canberra — P. MacArthur
 Caracas — D. Goldfield
 Chicago — C. Patton
 Consulat General (NY) — N. Guérin
 Dallas — W. Maybee
 Dayton — A. Lyons
 Detroit — N. Dellavalle
 Dusseldorf — C. Nagy
 Helsinki — L. Battel
 Hong Kong (langue) — S. Fraser

Hong Kong — A. Argyris
 Houston — S. Szukits
 Jakarta — L. Gies
 Kingston — D. Shearer
 Kingston — I. Burchett
 Kuala Lumpur — D. Mulroney
 Koweït — D. Abletta
 Koweït — R. Farrell
 Lima — R. Mailhot
 Londres — P. MacKinnon
 (investissement)
 Londres — M. Clark
 Londres — C. Latour
 Manille — D. Bishop
 Manille — D. Caldwell
 Melbourne — G. Rishchynski
 Milan — N. Lomow
 Minneapolis — R.C. Lee
 Moscou — V. Smith
 Nagoya — R. Mason
 New York — A. Dann
 New York — N. Guérin
 Orlando — M. Saucier
 Paris — L.R. Kohler
 Paris — P. Boulanger
 Philadelphie — G. Lemieux
 Princeton — B. Leger
 Rabat — R. Marceau
 Riyadh — G. Rassam
 Rome — D. Shortall
 Rome(FAO) — A. Andrigoe
 San Juan — G. Milot
 San José — D. Jacques
 Santa Clara — L. Branch
 Santa Clara — C. Miller
 Sao Paulo — S. Blake
 Seattle — R. MacNab
 Seoul — D. Daley
 Seville — P. Veilleux
 Singapore — M. McCormack
 Stockholm — C. Thornley
 Sydney — F. Uy
 Teheran — D. Haro
 La Haye — P. Brettle
 Tokyo — S. Wilson
 Tokyo — L. Scanlon
 Tokyo — G. Brunet
 Tokyo — M. Romoff
 Washington — C. Duguay
 Washington — D. Weiner
 Washington — D. Buxton
 Wellington — K.L. McFarlane

CONTRATS DÉCROCHÉS

Chemetics International Company Limited, Vancouver, a obtenu, avec Phoenix Pulp and Paper of Thailand, un contrat de fourniture de services, de matériel et d'équipement d'ingénierie destinés à une usine intégrée de blanchissement de produits chimiques. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) financera 5 720 000 \$ US et la Banque Canadienne Impériale de Commerce prêtera, quant à elle, un montant supplémentaire de 4 300 000 \$ US pour soutenir la vente.

National Oilwell Canada Ltd., Calgary, a conclu une vente d'équipement avec la Commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde grâce à un financement pouvant atteindre 141,500 \$ US accordé par la Société pour l'expansion des exportations (SEE). National Oilwell est une entreprise bien connue dans le secteur pétrolier et gazier, où elle a remporté d'importants succès à l'exportation.

Varnet Corporation, de Montréal, a conclu un accord avec Carlson Systems Corporation d'Omaha (Nebraska). Le contrat, d'une valeur de 1,8 million de dollars, prévoit l'installa-

tion et la distribution de modules de logiciels.

Bell Helicopter Textron, d'Ottawa, a décroché un contrat portant sur la fourniture d'un hélicoptère 206L III à un acheteur tchécoslovaque. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) finance la transaction jusqu'à concurrence de 960 000 \$ US.

La société Générale électrique du Canada Inc. vient de conclure avec le Mexique un contrat de vente de moteurs électriques à courant continu et de services connexes, grâce à un financement de 1 033 millions de dollars US que lui a consenti la SEE.

Saskatchewan Telecommunications International Inc. (SaskTel International) fournira du matériel et des services de télécommunications à la République des Philippines. La SEE offrira un financement pouvant atteindre 11,45 millions de dollars CAN, tandis que l'Agence canadienne de développement international (ACDI) accordera à ce projet une subvention maximale de 6,2 millions de dollars CAN.

Études disponibles sur le marché mexicain

Les entreprises intéressées à étendre au Mexique leurs activités de promotion voudront obtenir copie des "Études sectorielles de marché" produites par Affaires Extérieures et Commerce International Canada (AECEC) :

- Etude du marché mexicain du matériel, des semences et des produits chimiques utilisés en agriculture (1990) 17LF
- Etude de marché sur les fabricants d'automobiles et de pièces d'automobiles au Mexique (1990) 18LF
- Etude de marché des logiciels au Mexique (1990) 19LF
- Etude de marché sur les systèmes d'éducation au Mexique 20LF
- Etude de marché sur des composants électroniques au Mexique (1990) 21LF
- Etude du marché mexicain du matériel d'exploitation forestière et de façonnage de bois (1990) 22LF
- Etude du marché du fer et de l'acier au Mexique 23LF
- Etude du marché sur les machines-outils et le matériel de métallurgie au Mexique (1990) 24LF
- Etude du marché sur l'industrie pétrolière mexicaine (1990) 26LF
- Etude du marché mexicain du matériel de sécurité 53LF
- Etude du marché mexicain des équipements de lutte contre la pollution et de protection de l'environnement (1990) 27LF
- Documents d'expédition et réglementation douanière-exportation vers le Mexique (1990) 28LF
- Etude du marché mexicain des articles de sport et des produits de loisir (1990) 29LF
- Etude du marché du matériel et des systèmes de télécommunications au Mexique (1990) 30LF
- Etude du marché mexicain des équipements touristiques et de l'équipement d'hôtellerie et de restaurant (1990) 31LF
- Services de transport entre le Canada et le Mexique (1991) 40LF
- Etude du marché sur l'industrie des plastiques 50LF
- Etude du marché mexicain du poisson

et les produits de pêches 121LF

On peut se procurer ces études auprès d'Info Export, par téléphone: 1-800-267-8376 ou par télécopie: (613) 996-9709

Le commerce bilatéral Canada-Mexique a atteint les \$3 milliards en 1991 et promet de doubler de volume au cours de la présente décennie. La perspective imminente d'un Accord de libre-échange nord-américain avive l'intérêt envers le marché mexicain et nous encourageons nos sociétés qui ne l'auraient

pas encore fait à explorer ces nouveaux débouchés. Certaines de nos entreprises y font déjà de bonnes affaires et il y a place pour beaucoup d'autres.

Si vous souhaitez discuter davantage des stratégies de promotion qui répondraient le mieux à vos besoins, on vous invite à communiquer avec Marcel Lebleu, délégué commercial responsable du pupitre mexicain, à la Direction générale de l'Amérique latine et de Antilles, AECEC. Téléphone: (613) 995-8804 Télécopie: (613) 943-8806.

PUBLICATIONS

Accès au marché indien

La brochure *Aspects pratiques de l'accès au marché indien* (237CB), récemment publiée par la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, contient des renseignements sur la documentation, les règlements relatifs à la quarantaine, la politique en matière d'importation et d'exportation, les règlements douaniers, la concession de licences, les considérations non tarifaires, les prohibitions et d'autres questions pertinentes.

Il est possible de se la procurer, en mentionnant le numéro de code, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Pour de plus amples renseignements sur l'exportation à l'Inde, communiquer avec Michael Wondergem (PST). Tél. : (613) 996-5903. Télécopie : (613) 996-4309.

Marché de 60 millions de dollars

Le marché australien de produits de technologie de pointe a une valeur de 14 milliards de dollars, dont environ 50 à 60 millions de dollars sont attribués à l'industrie de la conception, de la fabrication et du génie assistés par ordinateur (CAO/FAO/GAO).

La brochure *A Brief Guide to the*

CAD/CAM/CAE Market in Australia, produite par le consulat du Canada à Melbourne, suggère que c'est le moment propice pour les sociétés canadiennes de se pencher sur ce marché — un marché qui est à l'« étape embryonnaire ».

Comme l'Australie sort d'une période de récession, on prévoit qu'il y aura un besoin grandissant de cette technologie dans les domaines de l'architecture, du génie et de la construction. Comme domaines de croissance importante — qui pourraient offrir des possibilités aux entreprises canadiennes compétitives — on note les applications dans l'exploitation minière, la topographie, les municipalités, la simulation et l'animation.

Pour obtenir des renseignements plus précis sur l'industrie australienne et les possibilités d'exportation qui s'offrent aux sociétés canadiennes, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique-Sud, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7652. Télécopie : (613) 996-4309; ou s'adresser directement à Helen Rowell, Commercial Officer, Canadian Consulate, 6th Floor, 1 Collins Street, Melbourne, Victoria, 3000, Australia. Tél. : (03) 654-1433. Télécopie : (03) 650-5939.

PUBLICATIONS

Répertoire des foires commerciales

Le répertoire *International Trade Fairs Conferences Directory 1992-93* contient une liste alphabétique de plus de 3 500 expositions ayant lieu dans environ 75 pays. Chaque liste fournit une brève description du salon, des dates, de la fréquence, de l'emplacement, de la participation, du secteur du marché, du nombre d'exposants et des détails sur la façon de communiquer avec l'organisateur.

Guide autorisé pour les exposants et les visiteurs, le répertoire énumère aussi les salons sur le plan géographique et par classification industrielle. Pour se renseigner, communiquer avec Co-Mar Management Services Inc., 366, rue Adelaide est, bureau 339, Toronto (Ontario) M5A 3X9. Tél. : (416) 364-1223. Télécopieur : (416) 364-6557.

Guide de transport

Les entreprises d'expédition, petites et moyennes, qui éprouvent souvent des incertitudes au sujet du transport vers des marchés lointains, trouveront probablement utile la brochure intitulée *Guide du transport pour les exportateurs* (106TF). Le guide couvre tous les modes de transport et met l'accent sur les services et le matériel utilisés. Parmi les sujets décrits, mentionnons les intermédiaires de transport (p. ex. les transitaires, qui peuvent grandement aider les exportateurs à traiter des complexités du transport international), et les exigences en matière de documents et d'assurance (connaissances, bordereaux d'expédition aérienne, assurance des marchandises).

Les sociétés qui veulent se familiari-

ser davantage avec le transport international — et devenir ainsi plus compétitives sur le marché mondial — peuvent obtenir un exemplaire du guide auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Étude sur les États-Unis, disponible sur disquette

L'étude intitulée *Telecommunications Market Study: Southeast United States* (#100UA), effectuée par le consulat du Canada à Atlanta (Georgia), n'est disponible que sur disquette WP 5.1.

Axée sur les besoins des petits et moyens fournisseurs canadiens qui envisagent de se lancer sur le marché du sud-est des États-Unis, l'étude met l'accent sur les principaux fournisseurs, fabricants, fournisseurs de services téléphoniques, ainsi que sur les intermédiaires. Elle contient une liste des principaux décideurs dans la région.

Pour se procurer un exemplaire de la disquette auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

À la recherche de l'investissement

Des sociétés canadiennes de toutes tailles, qui désirent étendre leurs activités, recherchent, à l'étranger, des investisseurs qui offrent des capitaux, de la technologie ou l'accès à de nouveaux marchés. Elles auraient avantage à lire la brochure intitulée *La recherche de investisseurs à l'étranger : La planification de votre premier voyage de prospection de l'investissement international* (78XF). Cette publication a été produite à l'intention du Programme de développement de l'investissement du Canada et de ses ministères partici-

pants : Investissement Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, et Industrie, Sciences et Technologie Canada.

La brochure, qui vise à aider les entreprises à planifier et à préparer un voyage à l'étranger pour rencontrer des investisseurs potentiels, offre des conseils pratiques sur la manière de concevoir et d'organiser la première visite, et d'éviter les pièges les plus courants. Il est possible d'en obtenir des exemplaires auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Au Calendrier

Toronto — Le 7 octobre — Une conférence d'un jour organisée par le Conseil canadien pour les Amériques permettra d'informer les entreprises canadiennes des possibilités de commerce et d'investissement ainsi que des débouchés au Belize, au Costa Rica, au El Salvador, au Guatemala, au Honduras, au Nicaragua et au Panama. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec le Conseil. Tél. : (416) 367-4313. Téléfax : (416) 367-5460.

Toronto — 19-20 octobre — La Canada-U.S. Business Association (CUSBA) Conference, en conjonction avec le Secrétariat binational, sections du Canada et des États-Unis, mettra l'accent sur le thème suivant : «Différends commerciaux : mécanismes de règlement et perspectives d'avenir». Communiquer avec la CUSBA, Etobicoke (Ontario). Tél. : (416) 621-1507. Téléfax : (416) 620-5392.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CAI
EA
176F
#17
1992
ex.1
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°17

15 octobre 1992

La Banque de données sur le commerce

Il est maintenant possible aux usagers gouvernementaux et non gouvernementaux d'avoir accès aux données annuelles concernant les importations et les exportations de 66 grandes nations commerçantes. La banque fonctionne sur le principe du recouvrement des coûts.

La Banque de données sur le commerce international d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada donne aussi accès aux données (regroupées) de la Communauté européenne (CE) et de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Les données, disponibles à partir de 1962 pour la plupart des pays industrialisés, fournissent des renseignements sur les échanges commerciaux par région et par partenaire commercial et sont compatibles avec le *Standard International Trade Commodity Classification (SITC)* employé par les Nations Unies.

Au total, la banque de données contient des renseignements sur les échanges commerciaux de quelque 2 600 à 4 400 produits. Puisque les données servent à indiquer les mouvements de marchandises à l'échelle internationale, les sommes fournies en devises locales sont converties en milliers de dollars US aux cours en vigueur. La Banque de données fournit aussi, dans certains cas, des données quantitatives (normalement exprimées en tonnes métriques) sur certains produits et sur certains pays déclarants.

Les rapports sont disponibles sous forme d'imprimés laser, de bande magnétique, de cartouche ou de disquette, en version anglaise, française ou bilingue.

La Banque fonctionne selon le principe du recouvrement des coûts. Le client reçoit au préalable une évaluation
(Voir page 2 — Banque.)

Les lauréats

Le Prix d'Excellence 1992 : hommage aux exportateurs canadiens

Le 5 octobre — et à l'occasion de son 10^{ième} anniversaire d'existence, le Prix canadien d'Excellence à l'exportation a été décerné à 14 sociétés canadiennes par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson.

Cette remise de prix qui s'est tenue au 49^{ième} Congrès de l'Association des exportateurs canadiens marque l'un des temps forts d'une série d'événements à caractère commercial qui se tiennent un peu partout au Canada lors du Mois canadien du commerce extérieur.

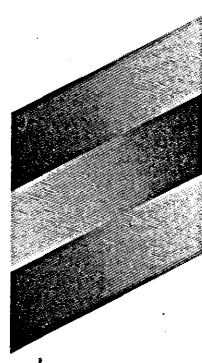
Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne, parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est décerné à des entreprises canadiennes qui ont fait preuve de leur capacité de croître et de prospérer sur les marchés mondiaux. C'est un symbole de la réussite et de l'excellence de l'exportation des biens et services canadiens dans toutes les régions du monde.

Depuis la création du programme, 124 lauréats, choisis parmi 2 000 candidats, ont reçu un Prix. Cet année, les gagnants sont :

- Aqua Health Ltd. — Charlottetown (île-du-Prince-Édouard)
 - RIVIERA CONCEPTS INC. — Don Mills (Ontario)
 - DU PONT CANADA INC. — Mississauga (Ontario)
 - Standard Aero Limited — Winnipeg (Manitoba)
 - EICON Technology — Montréal (Québec)
 - VAS-CATH INCORPORATED — Mississauga (Ontario)
 - Hartford Fibres Ltd. — Kingston (Ontario)
 - Weatherhaven Resources Ltd. — Burnaby (Colombie-Britannique)
 - IBM Canada Ltée - Fabrication et développement — Markham (Ontario)
 - Whitewater West Industries Ltd. — Richmond (Colombie-Britannique)
 - LAB Chrysotile, Inc. — Thetford Mines (Québec)
- DANS CE NUMÉRO**

Femmes d'affaires en Asie2
Débouchés commerciaux3
La BERD, c'est aussi pour vous ..5
Les alliances stratégiques6
Secteurs prioritaires au Mexique 7
Publications et calendrier12
- LES BREUVAGES NORA INC. — Mirabel (Québec)
 - Nortech Surveys (Canada) Inc. — Calgary (Alberta)
 - Riese-Vermont Canadian Lake Wild Rice — La Ronge (Saskatchewan)

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
OCT 16 1992
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE



Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

UN REGARD NOUVEAU SUR L'EXPORTATION

Les femmes d'affaires et l'Asie

C'est d'abord le titre qui m'a accrochée : ca n'est pas fréquent de voir un ouvrage traitant des femmes d'affaires canadiennes. C'est encore plus rare de traiter de celles qui font des affaires en Asie. Et comme j'ai trouvé captivant de lire cette étude de soixante pages, j'en fais le sujet de mon premier éditorial.

Canadian Women Doing Business in Asia est une production conjointe d'Industrie, Science et Technologie Canada (ISTC), de Vancouver, et de la Asia Pacific Foundation of Canada (APFC). Ce rapport se fonde sur des entrevues réalisées auprès de 22 femmes d'affaires canadiennes, chacune comptant au moins deux ans d'expérience sur le marché. Il fait une sérieuse entorse au mythe bien répandu qu'il est difficile aux femmes de faire des affaires en Asie. Au fait, les entrevues font ressortir que plusieurs habiletés souvent très présentes chez les femmes, comme la flexibilité, l'approche davantage participative et consultative, la capacité d'écoute et l'accent sur les relations interpersonnelles, s'avèrent particulièrement adaptées à la pratique des affaires en milieu asiatique. On pourrait même ajouter que ces qualités risquent de conférer des avantages certains à ceux et celles qui réussiraient à les développer.

L'impression qui se dégage des expériences vécues par les interviewées, c'est que la réticence, lorsqu'elle se manifeste, se trouve davantage chez les chefs d'entreprise d'ici, qui hésitent encore souvent à affecter des femmes sur ce marché encore peu connu. S'il est vrai que les Asiatiques, quant à eux, font souvent preuve d'une certaine réserve initiale dans leurs relations d'affaires, cela ne tient pas tant au fait qu'ils aient à traiter avec des femmes, mais plutôt avec des "étrangers". Ils chercheront d'abord, avant d'accorder leur confiance, à évaluer les réactions des nouvelles-venues dans une société qui ne leur est pas familière et bien différente du Canada.

Confiance. Voilà un mot-clé de la réussite en affaires, en Asie comme en Afrique ou dans tout autre marché étranger. Et l'établissement d'une relation faite de confiance mutuelle ne se fait pas en quelques jours : il suppose qu'on y consacre du temps et de l'attention. Les transactions commerciales proprement dites viendront ensuite.

Les femmes citées dans cet ouvrage parlent également de l'importance de préparer et bien connaître ses dossiers, et plusieurs soulignent que ces éléments, ajoutés à des facteurs tels que l'âge ou la position hiérarchique, jouent bien plus que le fait que l'on soit homme ou femme. Et à propos de la position hiérarchique, on nous rappelle combien la carte d'affaires peut se révéler un outil de travail essentiel en terrain asiatique, pour y démêler ou décoder qui sont les vrais preneurs de décisions.

En plus d'offrir des observations valables pour l'ensemble du continent, *Canadian Women Doing Business in Asia* consacre un chapitre à chaque marché : République populaire de Chine, Hong Kong, Japon, Indonésie, Taiwan et Thaïlande. On y discute des particularités de chaque région en ce qui a trait aux pratiques d'affaires en général, à la façon d'y nouer des contacts, aux négociations de contrats, etc.

Parce qu'il bouscule des idées reçues et propose une gamme d'interventions adaptées à la réalité asiatique, ce rapport mérite de figurer sur les rayons de votre bibliothèque, pour peu que vous vous intéressiez à ce marché.

N.B. On peut en obtenir copie auprès de Linda Peach, chercheuse et coordinatrice du projet, au Centre du commerce international de Vancouver, Tour Scotia, bureau 900, 650, rue Georgia ouest, C.P. 11610, Vancouver V6B 5H8. Tél. : (604) 666-1418. Fax : (604) 666-8330.

Sylvie Bédard
Rédacteur en chef

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Rédacteur : Don Wight

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Banque (suite de la première page.)

de ce qu'il lui en coûtera, les coûts variant suivant le nombre de produits (SITC), de pays partenaires et de pays déclarants visés, et en fonction des années et des options.

Communiquer avec M. J. Flood (tél. : 613-992-6941) ou avec M. Swarts (tél. : 613-995-3711), Banque de données sur le commerce international, Direction des services de bibliothèque (BMS).

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

AUSTRALIE - Un des plus importants fabricants australiens de **mobilier de plein air en plastique** désire créer une **association** avec des compagnies canadiennes pour **l'octroi de licences ou l'échange de moules pour les articles de comptoir**. Il n'est pas nécessaire que les produits soient liés au mobilier, mais ils doivent être compatibles avec l'utilisation de machines de moulage par injection de 2 500 et 1 350 tonnes. Communiquer avec Jack Chen, J.C. Tanloden Pty Ltd., 8 White Street,

Clayton, Victoria 3168. Tél. : (03) 543-2077; fax : (03) 543-1725.

AUTRICHE - Les sociétés qui souhaitent établir des **opérations industrielles ou d'autres types d'entreprises dans le sud de l'Autriche** trouveront utiles les services d'Eco Plus. Propriété du gouvernement du sud de l'Autriche, Eco Plus, qui administre quatre parcs industriels, appuie les industries qui veulent s'établir dans la région. Pour plus de renseignements, communiquer avec Eco Plus, Corporation for Industrial Development and Regionalisation in Lower Austria, Lugeck 1, P.O. 1476, A-1011 Vienne (Autriche). Tél. : 43-1-513 78 50-35. Fax : 43-1-513 78 50-44.

BRÉSIL — Une entreprise brésilienne bien établie représente déjà un certain nombre d'entreprises canadiennes. Spécialisée dans des domaines allant de l'exploration pétrolière à l'infographie en passant par les usines de pâtes et papiers, elle aimerait en représenter encore d'autres — en particulier celles spécialisées dans ces secteurs et dans d'autres secteurs. Communiquer avec Gabriel Agostini, AMW Comercio E participacoes Ltda., R. Joana Angelica, 116-S/401, Ipanema. Tél. : (011-55-21) 287-0644. Fax : (011-55-21) 521-0435.

CHINE - Un fabricant de **peintures et**

de peintures industrielles établi dans la province de Guandong souhaite améliorer sa gamme de produits et son équipement pour mieux profiter du développement rapide du delta de la rivière Pearl. La compagnie recherche un **transfert de savoir-faire et une coopération possible avec des compagnies étrangères de l'industrie de la peinture et du revêtement**. Les sociétés intéressées peuvent transmettre les renseignements pertinents à Alex Chan, Deutsche Pfanner (HK) Ltd. (% Chung Fa Paint Factory), Room 904 Easey Commercial Building, 253-261

en radiocommunications), Novodvorska 994, 14221 Prague 4 - Branik, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 2) 4702. Fax : (0042 2) 472 3551.

HONG KONG - Une filiale située à Hong Kong lance un appel d'offres pour la construction d'une usine chimique qui synthétisera 200 tonnes métriques de d-phénylglycine et 100 tonnes métriques de d-hydroxyphénylglycine par an. Les sociétés intéressées doivent avoir une expérience pertinente de la technologie de production, y compris les logiciels et le matériel. On peut faire

parvenir les résumés à M.C.K. Pong, Deutsche Pfanner (HK) Ltd., Room 904,

Kasey Commercial Building, 253-261 Hennessy Road, Wanchai, Hong Kong. Tél. : (852) 593-6322. Fax : (852) 598-4692.

TAÏWAN - M. Lu, directeur de la société Toprack Industrial Corporation, cherche des fournisseurs de **papier non utilisable pour le recyclage**. Voici l'adresse de la compagnie : 3F No. 100, Ti-Hwa Street, Section 1, Taipei, Taïwan. Tél. : 886-2-5557345/5580167; fax : 886-2-5567283; télex : 16961 JFIC.

NATIONS UNIES — Le Centre de l'Asie et du Pacifique pour le transfert de technologies, un centre régional relevant des Nations Unies, centralise la recherche d'information dans les secteurs de l'agro-industrie, de l'environnement, de la conservation de l'énergie et de la gestion des déchets, pour le compte des pays en développement de la région Asie-Pacifique. Les recherches portent sur la technologie, le développement, le transfert et l'utilisation dans chacun des secteurs. Les entreprises appropriées peuvent profiter d'une promotion gratuite, dans cette région, en envoyant des catalogues, des brochures ou des vidéos au Directeur, APCTT, 49, Palace Road, C.P. 115, Bangalore-560052, Inde. Tél. : 266930-33. Téléx : 845 2719 APCT IN. Fax : 91-812-263105.

Débouchés commerciaux

Hennessy Road, Hong Kong. Tél. : (852) 598-6322; fax : (852) 598-4692.

CUBA - L'ambassade du Canada à La Havane a été informée qu'une société cubaine, Consumimport, lance un appel d'offres pour la fourniture d'environ **750 000 lampes à incandescence et à fluorescence**. La valeur du contrat pourrait dépasser 250 000 dollars CAN. Ces lampes seraient destinées aux ministères du Sucre, du Commerce intérieur et de l'Agriculture, qui en ont besoin sans délai. Pour obtenir des détails et des spécifications (quantités, wattages, voltages), communiquer avec l'ambassade du Canada à La Havane. Fax : (011-53-7) 33-2044.

RÉPUBLIQUE FÉDÉRALE TCHÈQUE ET SLOVAQUE — Un institut s'intéresse à la **production ou à la coopération dans le domaine du marketing avec une firme spécialisée dans la recherche et le développement de systèmes de transmission de données, de radio messagerie unilatérale, de sécurité, de contrôle, d'essai et de mesure**. L'institut oeuvre également dans les domaines de la communication hertzienne, des réseaux de câbles et des réseaux à large bande de transmission pour l'émission des signaux. Communiquer avec Vaclav Neumajer, directeur, Tesla VUST (Institut de recherche

Le Canada au Salon 1993 du Venezuela

Caracas — Après le salon solo **Canada Expo** qui a connu un très grand succès à Monterrey, au Mexique, en janvier dernier, les entreprises canadiennes auront l'occasion de participer à **Canada Expo 93**, qui aura lieu du 26 au 28 janvier dans la capitale du Venezuela.

Canada Expo 93 présentera les ressources et les connaissances spécialisées des manufacturiers de matériel et des fournisseurs de services connexes canadiens dans les secteurs suivants :

- pétrole
- exploitation minière
- ordinateurs
- contrôle des processus environnementaux
- machines-outils
- emballage et étiquetage
- télécommunications
- matières plastiques
- entretien des automobiles
- agro-industrie

Les exportateurs canadiens de produits et de services peuvent profiter des débouchés plus nombreux qui s'offrent maintenant au Venezuela du fait de la demande accrue de la part des consommateurs tout comme des industries, de la conformité des pratiques du pays avec l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), de ses politiques commerciales plus libérales et de la réduction des droits de douane.

Selon les agents commerciaux, les sociétés canadiennes peuvent et doivent tirer parti de ces occasions d'accroître encore leurs exportations vers le Venezuela. Ce pays est le troisième marché du Canada en Amérique latine.

Les exportations de biens et de services canadiens vers le Venezuela augmentent régulièrement. En 1991, elles représentaient une valeur de 300 millions de dollars, soit une augmentation de 30 p.100 par rapport à 1990.

Les entreprises qui souhaitent participer à **Canada Expo 93** ou qui voudraient obtenir de plus amples renseignements sur ce Salon commercial

peuvent s'adresser à M^{me} Sony Marques, Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6142. Fax : (613) 943-8806.

On peut également obtenir des renseignements généraux sur l'éco-

nomie et le commerce auprès de M. François Laberge, aussi de LGT. Tél. : (613) 943-8807. Fax : (613) 943-8806. Pour tout renseignement commercial particulier ou pour obtenir de l'aide, on peut s'adresser directement à la section commerciale de l'Ambassade du Canada à Caracas. Tél. : 011-582-951-6166. Fax : 011-582-951-4950.

Europe de l'Ouest

Programme de Coopération en S et T

Si votre compagnie fait de la recherche et du développement technologique (RDT) et que vous explorez ou établissez des projets en commun avec des partenaires de l'Europe de l'ouest, le "Programme de Coopération en science et technologie" s'adresse à vous. Il dispose d'un modeste budget pour financer au maximum les deux tiers des frais de missions ou d'ateliers qui visent à explorer ou établir avec des partenaires européens des projets conjoints (RDT).

Sont approuvées en priorité les demandes de financement où il est clairement démontré que l'activité débouchera sur un programme de recherche conjoint qui comportera des bénéfices commerciaux et/ou industriels pour le Canada.

L'année dernière, 46 projets ont été approuvés dont 14 bénéficiaires étaient des ministères à vocation scientifique, 21 des universités et 11 des associations privées et des compagnies.

La plus grande partie des projets ont été entrepris avec des partenaires français, allemands et anglais. En général, les contributions varient entre \$2,000 et \$5,000.

Les demandes peuvent être présentées : par des chercheurs professionnels, des consultants, des entreprises, des universités, des ministères ou organismes à vocation scientifique des divers paliers de gouvernement, des centres publics ou privés de recherche appli-

quée, ou des associations professionnelles ou industrielles.

Une fois l'activité complétée, chaque bénéficiaire doit produire un rapport financier et un rapport sur les résultats du projet.

Pour obtenir de plus amples informations ou un formulaire de demande, veuillez contacter la Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ontario, K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0612, fax : (613) 995-6319.

Salon de la construction en Turquie

Istanbul — Des compagnies oeuvrant dans des secteurs liés à la construction sont invitées à nous faire parvenir la documentation concernant leurs produits pour qu'elle soit exposée et distribuée au salon **Construction Turkey 93**, qui aura lieu dans ce pays du 7 au 10 janvier.

Les brochures devraient être fournies par des compagnies canadiennes qui produisent des engins de chantier et des systèmes de construction, des matériaux de construction, des systèmes de chauffage et de plomberie, de l'isolant et des finis architecturaux.

Le secteur de la construction est très
(Voir page 5 — Salon.)

*La dernière née des banques multilatérales***Débouchés commerciaux liés aux projets de la BERD**

La Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), dont le bureau central se trouve à Londres, est la dernière née des banques multilatérales de développement, ses premiers prêts ayant été approuvés en 1991. Son principal mandat est d'encourager la transition vers une économie de marché et de promouvoir l'esprit d'initiative des particuliers et des entreprises dans les anciens pays communistes d'Europe centrale et de l'est. Comme dans le cas des autres banques de développement, le Canada est l'un des principaux actionnaires de la BERD et siège au conseil d'administration.

Qu'est-ce qui distingue la BERD des autres banques?

La fonctionnement de la BERD les services offerts sont à peu près les mêmes qu'à la Banque mondiale et aux autres banques de développement régionales. Quelques caractéristiques différencient cependant la BERD de ces autres banques, notamment la priorité qu'elle accorde au secteur privé. Sa charte stipule en effet qu'au moins 60 % des sommes qu'elle prête doit être destiné au secteur privé ou aux entreprises d'État en voie de privatisation. Pour ces prêts, la BERD joue à peu près le même rôle qu'une banque d'investissement ou que la Société financière internationale (SFI) affiliée à la Banque mondiale. Seuls les 40 % qui restent sont utilisés pour des prêts aux gouvernements de pays membres.

La Banque procure des prêts, du capital de participation, des garanties de dette et des souscriptions à forfait, tous offerts aux conditions du marché, jamais à des taux subventionnés ou à termes de faveur. Les prêts sont consentis selon diverses échéances, une période maximale de dix ans s'appliquant généralement dans le cas de prêts au secteur privé. La Banque limite normalement sa participation financière à 35 % de l'ensemble du capital requis pour mener à bien un projet et fixe à

5 000 000 ECU (environ 7 000 000 \$CAN) la valeur minimale de ses prêts. Par conséquent, la BERD ne peut participer qu'à des projets d'une valeur totale supérieure à 20 000 000 \$ CAN (35 % étant fourni par la BERD). La Banque tentera toutefois d'assurer le financement de prêts et d'investissements moins considérables par l'intermédiaire de lignes de crédit à certaines institutions financières locales. Elle ne fournit, par ailleurs, aucune garantie pour les crédits à l'exportation et ne s'occupe pas d'assurances.

Qui peut participer aux projets de la BERD?

Les investisseurs et les exportateurs canadiens qui s'intéressent aux marchés d'Europe centrale et de l'est devraient accorder une attention particulière à la BERD. Il est à noter que les règles d'acquisition de la BERD sont semblables à celles des autres banques de développement et privilégient l'appel d'offres international. De plus, bon nombre des professionnels qui y travaillent sont des Canadiens (présentement 6,8%) occupant des postes clés.

Pour les entreprises désirant participer aux projets de la BERD en tant que fournisseurs de biens et services, il est important d'être informé des nouveaux projets et des appels d'offres. La BERD

publie depuis peu un bulletin intitulé *Procurement Opportunities*, dans lequel paraissent des avis annonçant ses futurs besoins en matériel, travaux publics et services d'experts-conseils. Ce bulletin contient surtout, pour l'instant, des renseignements sur le pipeline de projets de la BERD, mais des avis d'appels d'offres et des informations sur l'adjudication de marchés y seront également publiés. L'abonnement d'un an coûte 50 £, et les personnes intéressées peuvent envoyer un chèque (fait à l'ordre la Banque européenne pour la reconstruction et le développement) à l'adresse suivante : *Procurement Opportunities*, Procurement Unit, European Bank for Reconstruction and Development, 122 Leadenhall Street, London, England EC3V 4EB.

Il est aussi possible de se procurer d'autres documents, dont les brochures de la BERD intitulées *Comment travailler avec la Banque européenne pour la reconstruction et le développement* et *Règles d'acquisition des biens et services*. Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à la Direction des services financiers et des services aux entreprises, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 943-1100.

Salon de la construction

(Suite de la page 4.)

actif en Turquie. **Construction Turkey** sera le seul salon commercial international du secteur de la construction dans ce pays en 1993 et devrait attirer 15 000 visiteurs qualifiés.

Les entreprises qui désirent exposer leurs produits doivent s'adresser à UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt, Ontario M1S 5A8.

Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Les entreprises qui ne désirent qu'envoyer des brochures devraient les faire parvenir au plus tard le 15 déc. 1992, à M. R. Henry, conseiller (commercial), direction commerciale, Ambassade du Canada, Nenehatun Cadessi 75, 06700 Ankara, Turkey.

*Priorité à l'environnement***Les alliances stratégiques : l'idée fait son chemin**

Votre entreprise relève du secteur de l'environnement et vous vous intéressez au marché américain?

Alors peut-être participez-vous déjà aux alliances stratégiques mises de l'avant par Affaires Extérieures et Commerce Extérieur Canada (AECEC), en concertation avec Industrie, Sciences et Technologie (ISTC) et Investissement Canada (IC).

En bref, cette initiative vise à susciter et faciliter le développement d'ententes entre sociétés canadiennes et américaines. La Direction de la promotion du commerce et du tourisme (UTO), en-

courage la formation d'alliances stratégiques entre des entreprises canadiennes, possédant une technologie éprouvée, et des firmes américaines déjà actives sur un créneau recherché. La Direction de la promotion du commerce et de l'investissement (UTI), quant à elle, met l'accent sur la promotion des investissements américains au Canada. Une des façons les plus efficaces d'attirer ces investisseurs, c'est de les aider à identifier un partenaire canadien. Ainsi, bien que chacune des activités de ces deux Directions ait son orientation propre, leurs cibles d'intérêt se recourent

souvent et des interventions conjointes sur le terrain, comme c'est souvent le cas, bénéficient aux deux parties.

Dans un premier temps, les responsables de l'opération ont décidé de miser sur le secteur de l'environnement, plus particulièrement le traitement des eaux usées et la gestion et l'élimination des déchets solides/toxiques. Ce choix se fonde sur un double avantage : en effet, il s'agit d'un marché à forte croissance — selon les chiffres de l'Organisation pour la coopération économique et le développement (OCDE) pour 1990 — ce secteur a entraîné des déboursés de 81 milliards aux Etats Unis seulement, soit près de 40% des dépenses mondiales, tandis qu'on prévoit un taux de croissance annuelle aux environs de 4,5%.

Il y a quelques mois, une série de six séminaires à travers le Canada a permis de rejoindre 253 sociétés actives dans le domaine et de les sensibiliser aux exigences comme aux possibilités de ce marché. La deuxième étape s'amorce fin octobre et se poursuivra au cours de l'hiver, avec des tables rondes dans certaines villes américaines, mettant en présence d'éventuels partenaires présélectionnés des deux côtés de la frontière. Ces tables rondes peuvent être suivies de rencontres individuelles entre firmes participantes.

Si votre entreprise possède une technologie novatrice et reconnue dans le secteur des eaux ou dans celui de la gestion des déchets solides/toxiques, ou si vous cherchez un allié américain qui ait une technologie complémentaire, ou si enfin vous vous sentez prêt à attaquer un plus vaste marché, il se pourrait que ce programme soit pour vous. Pour en savoir davantage, communiquez soit avec Donald Marsan, UTO (613) 991-9478, ou Régis Beauchesne, UTI (613) 993-6577. Ces deux Directions font partie du ministère des Affaires Extérieures et de Commerce Extérieur Canada (EACEC).

dISTCcovery : un monde à votre fenêtre

Les entreprises qui ne le connaissent pas déjà sont invitées à se renseigner sur dISTCcovery, point de départ logique pour les compagnies qui recherchent des licences ou des occasions de coentreprise sur la scène internationale.

"Fenêtre ouverte sur un monde d'occasions d'affaires", dISTCcovery informe l'industrie des possibilités existant à l'échelle mondiale au chapitre de l'obtention de technologies transférables, par le truchement de licences et de coentreprises. Ce service de renseignements sur les offres de licences s'adresse surtout aux petites et moyennes entreprises du secteur manufacturier qui veulent connaître des compagnies et des organismes étrangers désireux de vendre à des compagnies canadiennes des licences pour la fabrication et la vente de leurs produits sur un marché donné.

Mais les responsables de dISTCcovery s'efforcent actuellement de mettre en valeur le volet inverse du service : les compagnies canadiennes, en effet, peuvent aussi se faire inscrire dans la base de données pour faire connaître un produit ou un procédé unique en vue d'une cession de licence sur le plan international. Il leur suffit de

remplir un formulaire qu'ils auront obtenu à un Centre de services aux entreprises d'ISTC.

Les données offertes par dISTCcovery proviennent de compagnies, d'universités et de laboratoires situés, pour la plupart, à l'extérieur du Canada, ainsi que de la World Bank of Licensable Technology et du Canadian Industrial Innovation Centre (CIIC), à Waterloo (Ontario).

À l'heure actuelle, dISTCcovery donne accès à environ 25 000 offres de licences.

Les données de dISTCcovery sont accessibles au moyen de termes clés. Un fabricant de batteries au nickel-cadmium, par exemple, pourrait choisir le mot "nickel".

Le système cherche simultanément jusqu'à cinq termes clés fournis par l'utilisateur, qui peut ainsi trouver des compagnies désireuses d'accorder des licences pour leurs techniques, leurs produits ou leurs procédés.

Pour renseignements, s'adresser à Ron Doherty, coordonnateur, dISTCcovery, Industrie, Sciences et Technologie Canada, 235, rue Queen, Ottawa K1A 0H5. Tél. : (613) 954-4977. Fax : (613) 954-5463.

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1^{er} octobre 1992 (vol. 10 n° 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le deuxième article de la série, qui porte sur le secteur du matériel de transport. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

MATÉRIEL DE TRANSPORT

La demande de tous les types de matériel de transport s'est accrue considérablement au Mexique par suite du développement industriel important survenu ces dernières années.

Étant donné la croissance rapide de la population dans tous les grands centres urbains, il existe une demande importante de services de transport urbain fiables et propres.

Comme les transports sont considérés comme le pivot du commerce et du tourisme — deux éléments essentiels de l'économie mexicaine — le gouvernement du Mexique, avec la participation du secteur privé, a entrepris un vaste programme de modernisation de l'infrastructure des transports (aéroports, chemins de fer, routes, transport urbain).

En outre, le gouvernement a grandement libéralisé les importations dans le secteur de l'automobile. Les industries mexicaines comptent davantage sur leurs propres moyens de transport, ce qui crée des débouchés éventuels pour la vente d'avions, d'hélicoptères et d'autobus.

Véhicules automoteurs

La modernisation du Mexique offre d'importants débouchés aux entreprises canadiennes, surtout du fait que les Mexicains doivent acheter de grandes quantités de rails en acier, de locomotives, de pièces de rechange, de matériel roulant et de machinerie (y compris la réparation et l'entretien de ce matériel), domaines où le Canada a d'excellentes compétences.

En ce qui concerne les routes, le réseau mexicain est vieux et inefficace. Le Mexique a pris du retard dans le remplacement des vieux véhicules. (Les véhicules automoteurs sont en service depuis plus de 12 ans en moyenne). Le marché des autobus nouveaux et usagés est vaste et continue à croître. En outre, un grand nombre de transporteurs mexicains réparent leurs véhicules au moyen de pièces usagées. La taille du marché potentiel augmente considérablement si l'on considère qu'outre les camions et les autobus, les véhicules locaux utilisés pour le service marchandises et au service passagers vieillissent eux aussi.

Pièces automobiles

Les pièces automobiles représentent le principal élément des échanges commerciaux entre le Canada et le Mexique. Les exportations canadiennes de pièces automobiles au Mexique sont passées de 50,3 millions de dollars CAN en 1988 à 89,8 millions en 1989, soit un taux de croissance de 78,5 %. En 1990, les exportations canadiennes ont augmenté de 117 %, passant à 194,5 millions de dollars CAN.

Depuis quelques années, la consommation apparente de pièces automobiles au Mexique a progressé à un rythme annuel moyen de 21 %. La valeur totale du marché des pièces automobiles a dépassé 9,7 milliards de dollars US en 1990. Selon les données préliminaires pour 1991, la consommation apparente atteint 15,4 milliards de dollars US, soit une hausse de 58 %. Les importations devraient croître de 16 % par année et représenter 33 % de la consommation totale en 1994, comparativement à 24 % en 1989. Cette situation est due essentiellement à une augmentation rapide des importations de moteurs et d'automobiles par les usines de montage. Les importations destinées au marché local et au marché du service après-vente augmenteront.

Ces quatre dernières années, le Canada n'a cessé d'accroître sa part du marché mexicain des transports, part qui, à 5 %, est maintenant égale à celle des principaux fournisseurs (Japon, Allemagne, France et Brésil).

Note de la rédaction

Vous avez été nombreux à nous faxer vos commandes de feuillets de renseignements sur l'ALENA, comme nous vous invitons à le faire dans notre numéro du 15 septembre. Toutefois, dans certains cas, le fax a rendu illisibles les coordonnées de certains des requérants. Ainsi, si vous n'avez encore rien reçu, communiquez à nouveau avec Info Export, mais par téléphone, cette fois (voir l'encadré d'Info Export en page 8).

AU CALENDRIER

Calgary — le 27 octobre; **Winnipeg** — le 28 octobre; **Vancouver** — le 29 octobre — Des séminaires intitulés **La Corporation commerciale canadienne (CCC): l'avantage concurrentiel dans les ventes aux gouvernements étrangers** auront lieu dans ces villes aux dates indiquées. Communiquer avec Cynthia Young, Relations extérieures, CCC, Ottawa. Tél. : (613) 995-5282. Fax : (613) 992-2134.

Ottawa — 2-4 novembre — **Canadian Wind Energy Conference and Exhibition '92** mettra l'accent sur les stratégies servant à remédier aux contraintes du marché et à traiter des marchés extérieurs et des possibilités d'exportation, ainsi que de la mise au point de nouvelles technologies. Communiquer avec Mike Bourms, tél. : (403) 289-4399, fax : (403) 249-7910; ou avec Jeff Passmore, tél. : (416) 322-1560, fax : (416) 322-1562.

Toronto — 4-6 novembre — Colloque national de marketing sur le thème «Stratégies proactives servant à atteindre l'excellence en marketing dans les années 90». Pour s'inscrire (le droit est de 795 \$ par participant), communiquer avec le coordonnateur de programme, Institute for International Marketing, Ottawa, tél. : (613) 831-1052. Fax : (613) 831-8452.

Mississauga — le 5 novembre; **Scarborough** — le 17 novembre — Ateliers sur la rentabilisation des foires commerciales internationales. Pour de plus amples renseignements, ou pour s'inscrire, prière de communiquer par téléphone ou par télécopie avec la Inter-

national Training and Management Company, Toronto 416-483-3836.

Winnipeg — 5-6 novembre — «Transportation to Mexico: Implications of the NAFTA» sera le thème de l'assemblée et de la conférence semi-annuelles du Groupe de recherches sur les transports au Canada, qui aura lieu au Transport Institute, University of Manitoba. S'adresser à Doreen Gusdal. Tél. : (204) 474-9097.

Montréal, Toronto, Calgary, Vancouver (du lundi au mercredi pendant des semaines consécutives en no-

vembre). Ces cours de trois jours intéresseront particulièrement les transitaires, expéditeurs et transporteurs qui s'occupent de transport international de marchandises dangereuses. Les sujets couvrent le Règlement canadien, le Code maritime international des marchandises dangereuses et les règlements du ministère du Transport des États-Unis. Le droit d'inscription s'élève à 481,50 dollars. S'adresser à M^{me} Marilyn Massoud, Association des transitaires internationaux canadiens inc., C.P. 929, Streetsville (Ontario) L5M 2C5. Tél. : (416) 567-4633. Fax : (416) 542-2716.

PUBLICATIONS

Russia: Business Survival Guide (troisième édition, mars 1992) est un ouvrage exhaustif et à jour rédigé par et pour ceux qui mènent des activités commerciales en Russie. On y trouve des sources de référence ainsi que des renseignements concernant les préparatifs, les déplacements, l'hébergement, l'argent, la nourriture, les habitudes et les lois commerciales russes. Il contient également un répertoire téléphonique énumérant plus de 4 000 entrées, des plans de villes, un bottin équivalant à nos «pages jaunes», avec des rubriques classées selon les produits et services concernés, et des renseignements sur les publications et les services offerts par le gouvernement. Communiquez avec Kerry Irwin, East-West Information Consortium, 242, Gloucester Avenue, Oakville (Ontario), L6J 3W7. Tél. : (416) 849-6507. Fax : (416) 842-3841.

Canadian Sulphur Market in Argentina (168LA) brosse un tableau plutôt sombre de la situation, compte tenu du déclin généralisé des débouchés mondiaux du soufre. Toutefois, le compte rendu de quatre pages commandé par l'ambassade du Canada en Argentine indique que le Canada a très bien tiré son épingle du jeu à ce chapitre en réussissant à conserver sa part d'un marché fonctionnant au ralenti. De fait, le Canada est le principal exportateur de soufre en Argentine. On croit toutefois que la demande future sera, au mieux, modeste. Selon certains importateurs locaux, l'avenir des exportations canadiennes de soufre en fleur dépendra des prix et des conditions de livraison offerts. Il est possible de se procurer une copie du rapport en s'adressant à InfoExport et en mentionnant le numéro de référence du document (voir le bon de commande au bas de la page).

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopie une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



C 41
EA
16 f
#19
1992
C.1
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMÉRO

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 18

2 novembre 1992

Petites entreprises

10 étapes à suivre pour exporter avec succès

Les marchés étrangers offrent aux petites entreprises l'occasion d'accroître leurs ventes et leur rentabilité, de diversifier leurs activités, de répartir les risques, d'acquiescer une nouvelle expérience et de développer de nouvelles idées. En même temps, la discipline imposée par l'exportation oblige les compagnies à focaliser leurs ressources de façon plus prudente et à s'organiser plus efficacement. Des conseils sur l'accès aux marchés de l'étranger sont publiés régulièrement dans *Canad-Export*. Ceux qui suivent viennent d'une publication préparée par l'Industrie, Sciences et Technologie Canada.

• Évaluez votre potentiel

Il s'agit ici de déterminer si votre compagnie est prête et si vos produits sont prêts à être lancés sur les marchés



AGEXPORT

Supplément : voir pp. I-IV

internationaux. L'exportation n'est pas pour tous. Avant de vous lancer dans l'exportation, vous devez avoir une idée claire de votre avantage concurrentiel sur vos marchés actuels. Quels besoins votre produit ou service satisfait-il sur le marché canadien? Qui sont vos clients? Pourquoi le sont-ils?

• Sélectionnez les marchés

Si vous concluez que votre entreprise a ce qu'il faut pour exporter, la prochaine étape consiste à étudier les marchés étrangers. N'essayez pas de pénétrer plusieurs marchés à la fois. Vous obtiendrez les meilleurs résultats en concentrant vos efforts sur un ou deux marchés précis qui offrent le meilleur potentiel. Une sélection initiale peut

(Voir page 4 — Étapes.)

Le Mois canadien des services

Le mois de novembre marque le deuxième anniversaire du **Mois des services**, initiative de promotion commerciale lancée en 1991 par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, Michael H. Wilson.

Cette année, le **Mois des services** soulignera l'apport important de l'industrie des services à la prospérité du Canada et

lancera plusieurs activités axées sur les besoins et intérêts particuliers de ce secteur en croissance rapide. Le thème de ce Mois : «Des stratégies pour tirer profit des débouchés commerciaux.»

Au programme figurent notamment deux conférences nationales dont M. Wilson sera l'hôte, à **Toronto** (le 5 novembre) et à **Montréal** (le 26 novembre).

Ces conférences constituent le suivi des consultations qui se sont déroulées l'an dernier avec les industries des services, et seront l'occasion pour des dirigeants de marque de faire le point sur l'essentiel de leurs succès dans ce secteur.

Le commerce extérieur et le secteur des services

Le **Mois des services** donnera lieu à tout un éventail d'événements et d'initiatives de promotion du commerce extérieur, y compris des colloques, des missions commerciales, la publication des documents sur le commerce et des études de marché.

Les entreprises et les firmes-conseil qui souhaitent exporter leurs services seront tout particulièrement intéressées à des activités comme le colloque sur les débouchés en matière de services de

consultation dans le cadre des projets de la Banque mondiale dans le secteur agricole et la publication d'une enquête sur le marché mondial des services de soins de santé.

Sur une soixantaine d'événements prévus pour le **Mois des services** (on

pourra bien sûr se procurer le programme complet au service responsable indiquant la fin d'articles plus d'une

zaine traiteront directement des débouchés dans les marchés d'exportation

Mois des Services Month



VisionExport/l'ALENA

VisionExport est l'un des volets de la grande campagne de promotion commerciale qui s'est amorcée en octobre durant le **Mois canadien du commerce extérieur**. Son extension à novembre, le **Mois des services**, permet à **VisionExport** de couvrir le secteur des services.

Des délégués commerciaux des missions diplomatiques canadiennes du monde entier, réunis au Canada sous les auspices de **VisionExport**, rencontreront des exportateurs de services pour examiner avec eux les débouchés dans leurs marchés respectifs.

Ces rencontres d'un jour seront en

(Voir page 2 — Services.)

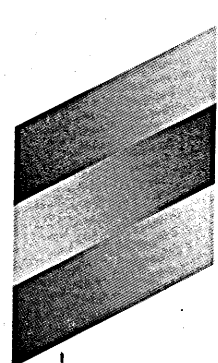
DANS CE NUMÉRO

<i>Débouchés commerciaux</i>	3
<i>Foires commerciales</i>	5-6
<i>Projets agro-industriels</i>	6
<i>Secteurs prioritaires au Mexique</i>	7
<i>Au calendrier</i>	8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

NOV 17 1992



Canada

Novembre : le Mois canadien des services — (Suite de la première page.)

outre l'occasion de cerner les débouchés s'offrant aux exportateurs de services à la faveur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Y prendront part également des conférenciers du milieu des affaires et l'équipe de négociation de l'Accord afin de passer en revue les conséquences de l'ALENA pour les industries des services. **VisionExport** consacrera à l'ALENA et au secteur des services les rencontres suivantes : **Moncton** (le 23 novembre), **Toronto** (le 24 novembre), **Québec** (le 25 novembre), **Vancouver** (le 30 novembre), **Calgary** (le 1^{er} décembre), **Saskatoon** (le 2 décembre).

Les entreprises intéressées sont priées de s'inscrire bien à l'avance (voir l'adresse ci-dessous).

Conférences sur les projets d'investissement

Il convient de mentionner un autre événement majeur traitant des exportations, à savoir la tenue d'une série de conférences sur les projets d'investissement à l'étranger et les débouchés qu'ils offrent aux entreprises canadiennes.

Il y sera question des stratégies visant à encourager les exportateurs canadiens de tous les secteurs de l'économie à participer en plus grand nombre à des projets d'investissement à l'étranger; la parole sera aux conférenciers représentant le milieu des finances, des consortiums, des entrepreneurs et des firmes de génie-conseil, des organisations internationales et des organismes

gouvernementaux qui peuvent jouer un rôle de soutien dans le soumissionnement des projets d'investissement ou d'immobilisations.

Ces conférences sont organisées par Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Elles se tiendront à **Toronto** (le 2 novembre), **Montréal** (le 3 novembre), **Calgary** (le 4 novembre) et **Vancouver** (le 5 novembre).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les activités du Mois des

services concernant les marchés extérieurs ou pour vous procurer des formulaires d'inscription, veuillez vous adresser à la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 943-1100.

Pour connaître le programme complet des événements ou obtenir des renseignements sur le Mois des services, vous pouvez composer le 1-800-461-2266 ou le 1-800-465-7735 si vous êtes malentendant (lignes réservées).

Le Bénin met en garde les exportateurs contre certaines pratiques frauduleuses

L'Ambassade du Bénin nous prie de porter la note circulaire qui suit à l'attention des exportateurs canadiens de marchandises vers le Bénin :

OBJET : A/S des dispositions à prendre avant la concrétisation de toutes relations d'affaires avec des partenaires commerciaux installés au Bénin.

Dans le but de faire échec à l'avenir aux nombreux cas d'escroquerie et d'abus de confiance commis à l'égard des Sociétés étrangères par des Sociétés supposées installées au Bénin qui émettent de faux chèques en paiement des marchandises qui leur sont livrées, j'ai l'honneur de convier toutes les Sociétés étrangères à faire preuve de prudence en s'entourant de toutes les garanties requises par les pratiques du commerce international avant toute exportation de marchandises à destination du Bénin.

À cet effet, je vous invite à prendre les précautions suivantes :

1 - S'assurer de l'existence réelle de la Société installée au Bénin en exigeant d'elle la photocopie de sa Carte Professionnelle de Commerçant et de sa Carte d'Importateur ;

2 - Avant la concrétisation de toutes relations d'affaires, s'assurer de l'authenticité de ces deux (2) Cartes auprès du Ministère du Commerce et du Tourisme TELEX 5040 B.P. 2037 COTONU République du Bénin.

J'exhorte vivement les Responsables des Sociétés étrangères à se conformer strictement aux mesures ci-dessus afin de contre-carrer les pratiques délictueuses auxquelles se livrent à leurs dépens des Sociétés fictives présumées installées au Bénin et qui ternissent son image de marque.

LE MINISTRE DU COMMERCE ET DU TOURISME, BÉNIN.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Débouchés commerciaux

Avant de conclure un accord contractuel avec une entreprise, vous avez intérêt à vous assurer qu'elle est de bonne foi.

CHINE (République populaire de)

— La plus grande société de commerce international de la province de Jiangsu est à la recherche de fabricants/fournisseurs canadiens d'**onduleuses**, de **moules**, **accessoires et outillage connexe**, de **têtes et matrices de coextrusion**, de **perforateurs de tubage**, de **fraises rotatives et d'extrudeuses**. Pour obtenir le cahier des charges ainsi que des précisions sur les dimensions et les quantités, prière de communiquer avec Li Cheng Xing, Société de commerce international de la province de Jiangsu, 29, chemin Beijing est, Nanjing, Chine 210008. Fax : (025) 711532. Téléx : 34139 JICNJ CN.

HONGRIE — Le ministère des Transports, des Communications et de la Gestion de l'eau a diffusé un appel d'offres international (la date limite de présentation des soumissions est le 15 décembre 1992) visant un **projet de construction des routes**. Les travaux devraient commencer en avril 1993 et se terminer à la mi-1995. On peut se procurer le dossier d'appel d'offres moyennant un dépôt non remboursable de 3 800 ECU payable à UTIBER Ltée, compte n° 214-15533, Orszagos Kerskedelmi es Ritelbank (OKRB). Prière d'adresser toute demande de renseignement et(ou) le paiement à Jozsef Starkbauer, UTIBER Ltée, H-1115 Budapest, Csoka u. 7-13, Hongrie. Tél. : 36-1-166-6848. Fax : 36-1-166-6678. Téléx : 224965 utber h.

SUISSE — Une entreprise locale souhaite représenter (à titre de distributeur pour la Suisse) un fabricant/fournisseur canadien bien établi de **maillots de bain pour hommes**. Veuillez communiquer avec K. Gerne, SPOTEC SA, CH-1261, La Rippe, Berne, Suisse. Tél. : (41-22) 367 14 27. Fax : (41-22) 367 18 88.

Multiplés débouchés commerciaux en Espagne

Le bureau commercial du Canada à Barcelone a dressé une liste des possibilités de coentreprises et des créneaux commerciaux en Espagne. Les entreprises canadiennes intéressées sont priées d'envoyer l'information générale relative à leur entreprise (en indiquant le code approprié) à René-François Désamoré, Bureau commercial, Consulat canadien, Travessera de les Corts, 265 Entl. 1, 08014 Barcelone, Espagne. Fax : 343-410-77-55.

Réf. PLA — Une entreprise établie depuis longtemps et spécialisée dans l'**emballage de plastique** pour les produits de beauté, les produits pharmaceutiques et les produits alimentaires souhaite importer des produits semblables à forte valeur ajoutée et conclure une **entente de fabrication en commun** de ces produits en Espagne. L'entreprise cherche également de nouveaux types d'emballage.

Réf. ADE — Établi à Barcelone depuis 1953, un fabricant de **peinture pour les meubles, l'industrie et la décoration** souhaite élargir sa gamme de produits. L'entreprise souhaite conclure une **entente pour la distribution/commercialisation d'équipements et d'accessoires pouvant être vendus à des peintres** (systèmes de pulvérisation sans air comprimé, compresseurs, éponges pare-gouttes), **d'outils pour la peinture** (pinces, spatules), **de peintures pour plastique**, **de peintures en poudre**, **de peintures à valeur ajoutée** (ignifuges, hydrofuges), **de peintures de protection pour le bois**.

Réf. SOL — Une entreprise établie depuis quarante ans et fabriquant une vaste gamme de **serviettes à texture bouclée**, **de tabliers**, **de mouffes et de peignoirs de bain** souhaite importer des produits semblables ou en fabriquer sous licence. L'entreprise s'intéresse plus particulièrement aux **nouvelles fibres** ou **aux nouveaux produits dans l'industrie textile** qui ont des caractéris-

tiques techniques précises (ignifuges, résistants aux produits chimiques) et qui sont utilisés dans le secteur sanitaire (couvre-lits), en agriculture (dispositifs anti-grêle pour les silos), et dans le secteur de la sécurité (gilets pare-balles).

Réf. MIS — Une société d'experts-conseils de Barcelone travaillant dans les secteurs de l'informatique, des télécommunications, de l'électronique et des services recherche des entreprises semblables qui souhaitent pénétrer le marché espagnol. La société désire plus particulièrement conclure des **ententes de distribution/représentation, des contrats de licence et des ententes de coentreprise**.

Réf. MUR — Un fabricant et distributeur de **produits de décoration** (panneaux de pierre fini antique) souhaite importer de **nouveaux types de panneaux** (imitation pierre, imitation brique) pour la décoration intérieure et extérieure, des **matériaux en plastique** (faux pare-étincelles), et des **décorations de fibre de ciment** (pour les fontaines). L'entreprise possède un réseau de 70 distributeurs partout en Espagne.

Réf. INT. — Une jeune entreprise novatrice de **télévision interactive** examinera tout projet de collaboration, dont des projet d'investissement, qui lui permettra de renforcer sa position sur ce marché. La technologie permet aux télé-spectateurs à la maison de participer en temps réel à diverses émissions.

10 étapes à suivre pour exporter avec succès (Suite de la première page.)

aider à repérer ces marchés. Une fois que vous avez déterminé qu'un marché particulier mérite un examen plus approfondi, vous pouvez alors étudier des questions comme le potentiel du produit, les barrières tarifaires et non tarifaires, et les options en matière de distribution locale. Vous aurez besoin de renseignements sur la taille du marché pour votre produit, qui l'approvisionne et quels sont les principaux concurrents. Pour la plupart des petites entreprises canadiennes, surtout celles qui sont nouvelles dans le domaine de l'exportation, les États-Unis sont le marché d'exportation le plus accessible et le plus attractif.

- **Informez-vous sur les aspects techniques et financiers**

Vous devez vous familiariser avec les principaux termes et techniques concernant l'exportation ainsi qu'avec les aspects financiers. L'envoi de produits outre-mer, par exemple, exige le recours à un mode de transport optimal, à un emballage et à un étiquetage appropriés des produits ainsi que la préparation de divers documents. Un transitaire international peut aider grandement à préparer les documents d'exportation, les assurances et le transport.

- **Évaluez les options quant à l'accès au marché et à la distribution**

Une fois que vous vous êtes fait une bonne idée du marché de votre produit ou service, vous êtes en mesure d'évaluer les options possibles concernant l'accès et la distribution : la vente directe aux distributeurs ou utilisateurs finals étrangers par votre propre service de vente; le recours à un agent ou un représentant étranger; le recours à un intermédiaire canadien; une forme d'investissement direct ou de coentreprise sur le marché cible. Chaque option a ses avantages et ses inconvénients que vous devez examiner en fonction de la situation de votre compagnie.

- **Déterminez votre prix**

Pour que l'exportation soit rentable, votre prix doit couvrir vos coûts et four-

nir un profit acceptable. Voici les facteurs que vous devez prendre en compte dans l'établissement d'un prix à l'exportation : coûts intérieurs, coûts liés à l'exportation, demande du marché et marge bénéficiaire désirée. En ce qui concerne l'établissement du prix à l'exportation, vous devez prendre en compte des facteurs comme les droits de douane, les taxes de vente étrangères, les taux de change ainsi que les coûts des assurances et du transport.

- **Employez-vous à promouvoir votre produit**

Une promotion bien planifiée est un facteur clé de succès sur un nouveau marché, quel qu'il soit. Dans la promotion des exportations, il se peut que vous ayez à modifier l'emballage ou la publicité pour tenir compte des goûts ou des facteurs climatiques étrangers. Les meilleurs moyens de promouvoir votre produit ou service : les publications spécialisées, les catalogues, les campagnes de publicité et la participation à des salons et foires commerciales.

- **Prenez des dispositions pour le financement**

Financer votre transaction peut poser des défis particuliers. Voici les options en ce qui concerne les transactions avec des acheteurs étrangers : versement d'argent comptant à l'avance, transactions à crédit ouvert, lettres de change et lettres de crédit. Normalement, votre compagnie recevra les revenus découlant d'une vente à l'exportation plus lentement que ceux provenant d'une vente sur le marché intérieur. En attendant, vous vous empresserez de négocier le marché, de produire les biens et de les envoyer. Si votre encaisse ne peut soutenir un tel investissement, vous devriez chercher d'autres sources d'aide financière. Diverses organisations canadiennes et internationales offrent des crédits à l'exportation.

- **Mettez le produit sur le marché**

Pour les fabricants, expédier des produits vers des destinations étrangères implique le choix d'un mode de transport et la préparation de divers docu-

ments. Soyez prudent dans les dispositions que vous prenez pour expédier vos produits. Assurez-vous qu'ils seront reçus à l'autre bout par un associé fiable et que l'entreposage et le transport seront sûrs. Un transitaire international peut vous fournir une aide précieuse pour la livraison de vos produits à vos clients étrangers.

- **Mettez en oeuvre votre plan d'exportation**

Pour le nouvel exportateur, faire des ventes initiales modestes est la meilleure façon de procéder, puisqu'elle vous permettra de vous familiariser avec le processus de l'exportation tout en limitant vos risques. Au fur et à mesure que vos connaissances et votre assurance s'accroîtront, vous déciderez peut-être d'intensifier vos efforts en matière d'exportation.

- **Révisez votre stratégie**

Les compagnies et entrepreneurs qui réussissent sont ceux qui tirent leçon de leurs erreurs. Les mauvais calculs, les surprises et les problèmes imprévus sont inévitables dans toute nouvelle entreprise. Après votre première incursion sur les marchés d'exportation, vous constaterez peut-être que vous devez modifier votre produit, choisir un canal de distribution différent ou modifier votre prix ou votre stratégie de promotion. Il peut même être nécessaire de mettre l'accent sur des marchés différents. L'important, c'est de garder la souplesse et la capacité d'adaptation nécessaires pour répondre rapidement aux faits nouveaux. Dans l'exportation, comme dans un grand nombre de domaines des affaires, la patience et la ténacité sont habituellement payantes.

Pour un guide complet décrivant chaque étape du processus d'exportation, vous pouvez commander un exemplaire GRATUIT de la brochure «Dix étapes à suivre pour exporter avec succès». Écrivez à «Bureau de l'entrepreneurship et de la petite entreprise», Industrie, Sciences et Technologie Canada, 5^e étage est, 235, rue Queen, Ottawa (Ontario) K1A 0H5.

À la recherche d'exposants pour le salon de la géotechnologie en Allemagne

Cologne—Pour conquérir les marchés de la géotechnologie et des géosciences, la participation à **Geotechnica 93**, qui se tiendra du 5 au 8 mai, s'impose.

Organisé pour la première fois en 1991, ce salon-congrès auquel ont participé 440 exposants de 13 pays,

La foire de la construction en Espagne gage de succès

Barcelone - Construmat 93, la foire commerciale la plus importante de toute l'Espagne fournit, aux entreprises canadiennes, une occasion exceptionnelle de faire valoir leurs produits et leur savoir-faire dans le domaine de la construction. Ouverte du 29 mars au 3 avril 1993, Construmat attire près de trois mille exposants et plus de 200 000 visiteurs.

Plusieurs entreprises canadiennes ont déjà profité de l'expansion du marché de la construction en Espagne pour y vendre leurs produits. Des dizaine de maisons canadiennes y sont en construction.

Les fabricants canadiens de portes, de serrurerie, de matériel électrique, de système de chauffage (traditionnel et solaire) et de climatisation, d'appareils sanitaires, de verrerie, de boiserie intérieure, etc, peuvent profiter de Construmat pour faire valoir leurs produits auprès des sociétés espagnoles et européennes avides de produits nouveaux et de technologies nouvelles. Pour faire partie des dix sociétés canadiennes qui participeront au pavillon du Canada à Construmat, une demande doit être introduite auprès de Luc Santerre, Direction de l'expansion du commerce en Europe, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Fax : (613) 995-6319.

a attiré 18 000 visiteurs. C'est là la preuve que l'expérience valait la peine d'être répétée.

Bien qu'aucune vente sur place n'ait été attendue ou conclue, les ventes anticipées ou ultérieures au cours d'une période de douze mois ont atteint entre 18 et 20 millions de dollars.

Les résultats obtenus et la nature unique de ce salon-congrès (où les Canadiens ont excellé) ont convaincu Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada d'aménager encore une fois un stand canadien.

La première expérience des entreprises canadiennes à Geotechnica a montré que lorsque celles-ci exposent en groupe, le stand canadien est assuré d'un emplacement de choix, qui permet aux exposants d'élargir leurs réseaux ou de trouver de nouveaux créneaux.

En outre, selon les agents commerciaux canadiens en Allemagne, la parti-

cipation à cette foire commerciale peut cristalliser des projets futurs de transfert de technologie et d'activités conjointes.

Les technologies de pointe présentées au salon-congrès comprennent la télédétection, les technologies de l'environnement, les systèmes d'information en géosciences, et la cartographie, autant de domaines où brillent les Canadiens.

Les entreprises qui souhaitent participer à **Geotechnica 93** et obtenir de plus amples renseignements peuvent communiquer avec Thérèse Gervais, Direction générale de l'Europe de l'Ouest, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie, Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Fax : (613) 995-6319.

Place aux contrats lors du salon du meuble de Toronto (IIDEX)

Toronto—Un des plus gros salons du genre dans le secteur de l'ameublement de bureau—The International Interior Design Exhibition (IIDEX)—se tiendra à Toronto du 19 au 21 novembre 1992. Les délégués commerciaux canadiens ont recruté à travers le monde des acheteurs de haut calibre pour cet événement, que plusieurs considèrent comme Le Salon de l'année.

Plus de 20,000 stylistes, architectes et spécificateurs (ceux qui spécifient la marque, le modèle, la couleur, le design), viendront se familiariser avec le savoir-faire canadien en matière de fabrication de mobilier de bureau. On souhaite voir se répéter à IIDEX 1992

des réussites comme celle du Knoll Group of Canada: en effet, suite à leur participation à IIDEX —et grâce au recrutement efficace d'acheteurs américains par le Consulat Général du Canada à Dallas, cette société de Weston, Ontario, a vendu pour \$ 15.5 millions de mobilier de bureau sur mesure aux nouveaux quartiers généraux de la U.S. Federal Reserve Bank à Dallas. Pour plus de renseignements sur IIDEX'92, prendre contact avec Michel Samson, Division de la promotion du commerce et du tourisme avec les Etats-Unis, AECEC. Tél. : (613) 991-9479. Fax : (613) 990-9119.

Agro-alimentaire**Coentreprises avec l'Amérique latine et les Antilles**

Deloitte & Touche Management Consultants et l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA) ont mis sur pied un projet visant à susciter des coentreprises entre sociétés agro-industrielles d'Amérique du Nord.

Ce programme pilote qui bénéficie de l'appui financier de l'Agence canadienne de développement international et d'Agriculture Canada vise d'abord à favoriser des coentreprises entre des sociétés de l'Équateur, du Costa Rica, de la Jamaïque, de Trinité et Tobago, de

l'Uruguay et du Canada. Le projet a permis de recenser environ cinquante entreprises agro-industrielles de l'Amérique Latine et des Antilles (ALA) qui seraient intéressées à une association à long terme avec d'éventuels partenaires nord-américains. Ces entreprises et ces projets feront l'objet d'une description plus exhaustive dans d'autres numéros de *CanadExport*.

Au Canada, des entreprises de secteurs autres que le secteur agro-industriel pourraient figurer au nombre des part-

naires éventuels. Il pourrait s'agir aussi bien d'entreprises agro-industrielles que d'entreprises employant des produits agricoles dans leur processus de fabrication, par exemple, ou encore de distributeurs de produits agro-industriels aux consommateurs ou de sociétés capables de fournir l'aide nécessaire au chapitre de la machinerie, de la technologie, des connaissances en gestion et du financement.

Produits et types de partenaires

La plupart des entreprises d'Amérique latine recensées sont des sociétés exportatrices de produits agro-industriels à valeur ajoutée. Y figurent notamment :

- une société exportatrice de purées et de pulpes congelées de fruits tropicaux (bananes, papaye, ananas, goyave) — en quête d'un partenaire possédant les capacités financières et techniques qui permettraient d'augmenter la capacité de transformation.
- une société productrice de poudre de cacao et de noix de coco — en quête d'un partenaire intéressé à investir conjointement afin de mettre sur pied un projet clé en main axé sur la noix de coco.
- un producteur de pâtes alimentaires à base de blé et de riz — intéressé à un projet de coentreprise axé sur la distribution et la technologie.
- un producteur de sauces et de pâtes — désireux de trouver un partenaire dans le secteur de la distribution qui puisse fournir un marché établi et un nom de produit en vue de ventes en Amérique du Nord et en Amérique latine.
- un producteur de fruits tropicaux séchés — à la recherche d'un partenaire investisseur pouvant fournir la technologie et la connaissance du marché nécessaires pour attaquer les marchés des États-Unis et de l'Europe.
- un producteur de jus, de gelées et de marmelades de fruits tropicaux — en quête de partenaires dans le secteur de la distribution, qui puissent aussi aider l'entreprise à mettre sur pied les exportations

(Voir page 8 — L'industrie.)

Alimentation et biens de consommation au menu des foires commerciales au Mexique

Guadalajara — Les fournisseurs d'aliments transformés, de boissons, de matériel de magasin, d'articles de loisirs et de ménage, et d'articles-cadeaux ont une occasion de pénétrer les marchés de ces produits au Mexique.

ANTAD93, qui se tiendra du 27 au 30 mars, pourrait leur ouvrir les portes de ces marchés qui promettent d'être lucratifs. Il s'agira de la deuxième participation d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada à cette foire commerciale. Celle de 1992 a été jugée un succès par les 29 entreprises participantes, qui nous ont recommandé de renouveler l'expérience. Ce qui n'est guère étonnant!

ANTAD attire quelque 10 000 gé-rants et acheteurs de supermarchés, de grands magasins et de boutiques spécialisées, points de vente des secteurs mexicains en plein essor de l'alimentation et des biens de consommation.

Tout indique que l'importation de biens de consommation au Mexique va aller sans cesse croissant, les consommateurs désireux d'essayer de nouveaux produits et ce genre de produits importés étant considéré comme un symbole de statut social.

De fait, les importations devraient

augmenter de 10 p. 100 par année entre 1992 et 1994. Au cours des trois dernières années, les ventes d'aliments transformés importés ont doublé, s'élevant à plus de 650 millions de dollars annuellement.

Les entreprises (jusqu'à trente, dont les demandes seront acceptées par ordre d'arrivée) qui peuvent inclure dans leur itinéraire une visite à Mexico pourront participer à un **salon de l'alimentation** qui se tiendra à l'ambassade du Canada le 1^{er} avril.

Les frais sont de 950 \$ pour les entreprises souhaitant participer à ANTAD et de 1 200 \$ pour celles désireuses d'assister également au **salon de l'alimentation du Canada à Mexico**.

Pour de plus amples renseignements, joindre M^{me} Sony Marques. Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LTG), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6142. Fax : (613) 952-3904.

Les demandes d'aide et de renseignements portant sur des points particuliers peuvent être adressées au bureau commercial, Ambassade du Canada, Mexico. Tél. : 011-52-5-254-3288. Fax : 011-52-5-545-1769.

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1^{er} octobre 1992 (vol. 10 n° 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le troisième article de la série, qui porte sur le secteur du matériel de transport. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

ÉQUIPEMENT ET SERVICES POUR L'INDUSTRIE PÉTROLIÈRE

Selon le *Oil & Gas Journal*, la production pétrolière du Mexique arrive au troisième rang mondial, avec des réserves évaluées à un niveau se situant entre 45 et 60 milliards de barils. Le marché mexicain commence aujourd'hui à s'ouvrir aux sociétés étrangères. Grâce à sa technologie de pointe et aux aptitudes en matière de coopération de ses entreprises, le Canada est bien placé pour s'accaparer d'une part considérable de ce marché.

Le secteur pétrolier est l'un des fondements de l'économie mexicaine et constitue la principale source de devises étrangères. Petroleos Mexicanos (PEMEX), monopole d'État qui gère l'exploration, l'exploitation et la distribution du pétrole et du gaz, est l'une des plus grandes sociétés du monde. Dans les années quatre-vingt, une grande part des revenus de PEMEX ont servi à rembourser la dette écrasante du Mexique.

La société PEMEX rattrape aujourd'hui son retard, après avoir maintenu pendant dix ans les achats, la modernisation et l'entretien des équipements au plus bas niveau. PEMEX prévoit dépenser dans les quatre ou cinq prochaines années quelque 20 milliards de dollars américains en équipements et services. On s'attend à ce que les achats d'équipement pour les champs pétroliers et gazières augmentent chaque année d'environ 4,5 p. 100, atteignant 801,6 millions de dollars US en 1992.

Bien que PEMEX ait toujours compté sur les importations (213 millions de dollars US en 1988 et une estimation de 280,4 millions pour 1992), le Mexique a tenté de restreindre la participation d'intérêts étrangers dans le secteur stratégique du pétrole et du gaz par une politique de remplacement des importations visant à maintenir son indépendance, à encourager l'industrie intérieure et à économiser des devises étrangères rares. Face à la vive concurrence sur le marché mondial, PEMEX se montre maintenant plus favorable aux fournisseurs étrangers et aux contrats de services.

Une vaste restructuration déléguera des pouvoirs en matière de planification et d'achats aux régions, aux différents services d'exploitation et, en ce qui concerne la plupart des produits pétrochimiques primaires et secondaires, au secteur privé (y compris les sociétés étrangères). À l'heure actuelle,

nombre d'appels d'offres et tous les marchés d'approvisionnement des divisions régionales sont réservés aux seuls fournisseurs mexicains. Cependant, le recours croissant à des maîtres d'oeuvre internationaux pour des projets clés en main et l'intérêt marqué envers la technologie étrangère pourraient renverser la tendance qui exclut les sociétés étrangères au profit des entreprises mexicaines, si elle est appuyée par un accord de libre-échange nord-américain qui garantit l'accès aux marchés publics.

Pour faire face à la demande intérieure, le Mexique doit tirer le maximum de ses vastes ressources en gaz naturel et de sa capacité de production dans le secteur de la pétrochimie. S'il veut affronter la concurrence internationale, ce dernier secteur devra moderniser ses usines d'éthylène, notamment. L'industrie pétrochimique mexicaine enregistrera de 1990 à 1994 une croissance estimée à 8 p. 100 par année. Les exportateurs canadiens de résines, de machines pour les plastiques et d'outils et de matrices pourront profiter des investissements de l'ordre de 4 à 5,5 milliards de dollars US prévus au cours de cette période.

Nouvelle réglementation mexicaine en matière d'étiquetage

Depuis le 24 septembre 1992, tous les produits entrant au Mexique doivent être étiquetés en langue espagnole. On refusera l'entrée aux produits qui ne satisfont pas à cette nouvelle norme; quant aux produits qui réussiraient quand même à entrer et seraient détectés par la suite, ils risquent d'être confisqués et les fabricants de se voir imposer une amende équivalant à 150% de la valeur du produit.

Avant de pouvoir placer leurs produits sur le marché mexicain, les manufacturiers doivent obtenir des certificats de conformité. Ces certificats peuvent être obtenus de la Direction générale du Secrétariat à l'Économie et aux Finances (SECOFI) du Mexique.

Pour plus de renseignements, s'adresser à Marcel Lebleu, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, AECEC. Tél. : (613) 995-8804. Fax : (613) 943-8806.

AU CALENDRIER

Toronto-5 novembre—«Ateliers Parlons Risques» communiquez avec le directeur de comptes, tél. : (416) 973-6211, fax : (416) 862-1267; **Vancouver-16 novembre**-tél. : (604) 666-62343, fax : (604) 666-7550; **Edmonton-18 novembre**-tél. : (403) 292-6898, fax : (403) 292-6902; **Winnipeg-20 novembre**-tél. : (204) 983-5114, fax : (204) 983-2187; **Montreal-24 novembre**-tél. : (514) 283-3013, fax : (514) 878-9891; SEE siège social à Ottawa, tél. : (613) 598-2500, fax : (613) 237-2690.

Ottawa - 19 novembre - Un séminaire Connexion Entreprises organisé par Environnement Canada sera tenu à l'hôtel Château Laurier. On y traitera du sujet : «Négociations relatives au commerce extérieur : une perspective de développement durable». Contacter Dina Derenzis, Ottawa, tél. : (613) 526-4249 ou 1-800-267-0666.

Mississauga — 25 et 26 novembre — **Conférence de 1993 sur les perspectives dans le secteur du tourisme et Conférence de 1993 sur les tendances en commercialisation du tourisme.** Ces conférences, qui arrivent à point nommé, offrent une occasion unique d'obtenir de solides informations commerciales, les avis d'experts en économie, et de réfléchir à l'avenir de l'industrie du tourisme dans un climat de compétitivité. Pour obtenir des renseignements complémentaires, veuillez communiquer avec Dina Derenzis, Secrétaire des conférences, Le Conference Board du Canada, Ottawa. Tél. : (613) 526-4249. Fax : (613) 526-4857.

Toronto — 14 décembre (Questions

relatives aux exportations); 15 décembre (Questions relatives à l'importation) — Deux cours intensifs visant à exposer aux spécialistes des douanes les faits nouveaux concernant l'Accord de libre-échange nord-américain et les questions transfrontières, et à les informer des façons pratiques et sûres de

minimiser les droits de douane. Pour des renseignements complémentaires (y compris l'information sur les frais d'inscription), veuillez vous adresser à Rebecca Young, Directrice de la commercialisation, Institute for International Research, Toronto. Tél. : (416) 928-1078. Fax : (416) 928-2994.

L'industrie agro-alimentaire *(Suite de la page 6.)*

à destination de l'Europe et du Japon.

- un producteur d'aliments (pour bébés) fabriqués à partir de fruits et de légumes tropicaux — en quête d'un partenaire pouvant fournir l'aide technique et le réseau de distribution permettant d'organiser les exportations vers l'Amérique du Nord et l'Europe.

- un exportateur de pois cajans emballés — en quête d'un partenaire pour organiser la distribution sur le marché ethnique nord-américain.

- un exportateur de produits à base de tomates, de confitures et de sauces tropicales — en quête d'un partenaire intéressé à mettre en commun technologie et capital en vue d'une augmentation de la production et de l'organisation de la distribution en Amérique du Nord et au Japon.

- un exportateur de fruits et de légumes frais provenant de régions tempérées — en quête d'un partenaire pour monter un réseau de distribution hors saison en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.

- un producteur de produits naturels (à base de miel et autres) — intéressé à trouver un partenaire qui puisse fournir un appui technique et assurer la distribution en Amérique du Nord ou sur d'autres marchés.

- un exportateur de pâtes alimentaires et

d'aliments préparés — intéressé à trouver un partenaire pour organiser la distribution des produits aux États-Unis.

- un producteur de produits naturels pour le marché des animaux domestiques — en quête d'un partenaire pour organiser la distribution en Amérique du Nord et en Europe.

Formes d'aide offertes

Le projet peut aussi servir à trouver des partenaires latino-américains, dans le secteur agro-industriel.

Il offre — gratuitement — aux entreprises canadiennes l'aide suivante :

- Recherche d'entreprises latino-américaines et antillaises capables d'assurer un approvisionnement stable en matières premières et en produits finis;
- Cueillette de renseignements techniques et financiers sur les entreprises et les pays concernés;
- Présentation des entreprises latino-américaines aux entreprises canadiennes; appui aux visites en Amérique latine ou aux Antilles dans le cadre de l'organisation des négociations initiales.

Pour des renseignements supplémentaires, communiquer avec Emilio Portocarrero, Deloitte & Touche Management Consultants, 386, Woolwich St, Guelph (Ontario) N1H 3W7. Tél. : (519) 822-2000. Fax : (519) 822-0247.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CAI
EA
16f
#18
1992
c.1
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMÉRO

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 19

16 novembre 1992

Un marché de plusieurs billions de dollars

Comment vendre aux gouvernements américains

Doreen Conrad

Quel que soit le produit ou le service offert par votre entreprise, un des nombreux gouvernements américains, que ce soit au niveau de l'administration fédérale, locale ou de l'État, en a sûrement besoin.

Ces paliers de gouvernement constituent le principal marché de biens et de

services au monde. Les dépenses annuelles des gouvernements locaux et des états ont atteint à elle seules 2,15 billions de dollars en 1991.

Cela vous intéresse? Vous voudrez donc savoir de quelle façon obtenir votre part de ce marché de plusieurs milliards de dollars et ce qu'il faut

faire pour y réussir.

Cela est probablement plus facile que vous ne le croyez; il y a une certaine paperasserie, mais une fois que vous savez comment remplir les formulaires et que vous connaissez les procédures, ce n'est pas difficile. Les gouvernements des états envisagent déjà une plus grande libéralisation des échanges avec les sociétés canadiennes en raison de l'engagement de discuter plus à fond de la possibilité de les inclure dans des négociations dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

En fait, de nombreux états n'ont pas de politique favorisant l'achat dans l'État, et le Buy America Act s'applique uniquement aux programmes financés par le gouvernement fédéral.

Faire connaître et exporter ses services dans le monde entier

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a organisé un ensemble d'activités destinées à souligner le fait que le mois de novembre est, au Canada, le Mois des services. Une de ces activités consiste en une série de séminaires qui sont offerts aux

Kingston (Jamaïque), Bruxelles (Belgique), Riyadh (Arabie saoudite), Rabat (Maroc), Budapest (Hongrie), Mexico, Boston, Atlanta, Chicago, Minneapolis, San Francisco et Los Angeles.

En plus d'entretiens particuliers avec les délégués commerciaux, les participants bénéficieront d'exposés offerts par des conférenciers invités qui aborderont des sujets comme les façons de commercialiser ses services aux États-Unis, les implications de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) pour l'industrie canadienne des services et d'autres sujets connexes.

Les séminaires, qui dureront une journée, auront lieu à **Moncton** (le 23 novembre), à **Toronto** (le 24 novembre), à **Québec** (le 25 novembre), à **Vancouver** (le 30 novembre), à **Calgary** (le 1^{er} décembre) et à **Saskatoon** (le 2 décembre). Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur VisionExport 92 ou pour se procurer des formulaires d'inscription, on est prié de communiquer avec la Direction des services financiers et des services aux entreprises d'AECEC. Tél. : (613) 996-0705. Fax : (613) 943-1100.

Mission commerciale

Afin de se familiariser avec les modalités des ventes aux gouvernements des états, la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada parrainera une mission commerciale à un atelier de trois jours sur le sujet, qui aura lieu du 16 au 18 février 1993, à Orlando en Floride.

L'atelier, commandité par la U.S.
(Voir page 8—Vendre.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Le Salon du Bourget	8
Secteurs prioritaires au Mexique	10
Contrats décrochés	11
Au calendrier	12

Spécial sur les foires commerciales :

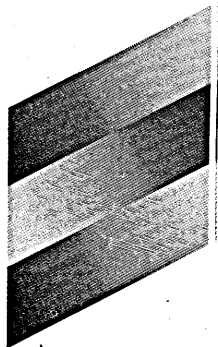
pp 2 & 4-8

exportateurs de services dans le cadre de VisionExport 92. Comme cela s'est fait récemment dans le cadre d'activités organisées au mois d'octobre, des délégués commerciaux canadiens seront rappelés de certaines ambassades à l'étranger pour venir rencontrer des exportateurs et s'entretenir avec eux des débouchés existant dans leurs secteurs respectifs au chapitre de l'exportation de services.

Cette activité, qui débutera le 23 novembre, réunira des délégués commerciaux en provenance des missions suivantes : Bangkok (Thaïlande), Kuala Lumpur (Malaisie), Santiago (Chili),

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DÉPARTEMENTALE
NOV 17 1992
Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures



Canada

UN REGARD NOUVEAU SUR L'EXPORTATION

Faut-il la faire, la foire?

Ce numéro accorde une attention particulière aux foires commerciales, comme nous le faisons de temps à autre au fil des chroniques et des éditoriaux (voir éditorial du 1^{er} mars 1991 intitulé *Les foires: une mine d'or*). La participation aux foires commerciales représente un volet important de la stratégie de marketing de beaucoup d'entreprises. Presque chaque numéro de *CanadExport* vous invite à participer à une foire ou l'autre, sans compter les diverses sollicitations qui vous parviennent d'associations et de magazines spécialisés.

Par contre, dans un contexte économique difficile, les entreprises y regardent à deux fois avant d'investir temps et argent, et cherchent à maximiser le rendement pour chaque dollar dépensé. Ainsi, il vous faudra d'abord décider s'il vaut la peine de participer, étant donné les contraintes humaines et financières que cela impliquera, et ensuite tenter de choisir "la" bonne foire, celle qui s'avérera un investissement judicieux et profitable pour votre entreprise.

La première chose à faire sera de comparer les coûts de participation à la foire aux coûts des visites individuelles que vous devriez faire auprès des clients potentiels, pour rejoindre le même bassin de population. Pour ce faire, divisez le coût total par le nombre de clients que vous estimez rencontrer. Et bien que le coût initial de participation ait pu vous sembler trop élevé au départ, ce calcul vous fera peut-être voir les choses différemment, sans compter les autres éléments que vous pourriez aussi chiffrer, comme l'économie de temps et d'argent réalisée en faisant toutes ces rencontres en un même endroit.

Pour ceux d'entre vous qui vendez des produits difficilement transportables, comme de la machinerie, par exemple, et que vous ne pouvez présenter dans vos tournées individuelles, la foire vous donnera souvent l'occasion de monter et présenter votre produit sur place, facilitant

ainsi le contact direct entre clients et produit.

Une foire professionnelle devrait vous donner l'occasion de voir ce qui se fait de mieux dans votre industrie et vous aider à situer votre produit parmi la concurrence. En outre, plusieurs foires et salons ajoutent un volet formation et perfectionnement à leurs activités: colloques et conférences vous donnent l'occasion de rencontrer les chefs de file de l'industrie et d'agrandir votre réseau de contacts.

L'emplacement que vous réussirez à obtenir et la qualité de vos voisins immédiats auront un impact certain sur le flot de visiteurs qui se dirigeront vers votre stand: vous profiterez de l'achalandage suscité par un voisin comme vous pourriez souffrir de l'impopularité d'un autre. D'où l'intérêt, par exemple, de regrouper les exposants sous un parapluie canadien, comme le fait Affaires Extérieures et Commerce International Canada dans nombre de représentations à l'étranger.

Autre facteur positif: les visiteurs qui se présentent à votre kiosque ont déjà, au départ, un intérêt dans ce secteur, même si cet intérêt n'est pas toujours clairement défini. Il est donc vraisemblable de penser qu'il vous sera plus facile de traiter avec eux qu'avec des clients "à froid."

D'autre part, il vous faudra sopeser les facteurs positifs que nous venons d'énumérer avec les aspects plus négatifs de votre participation: Ainsi, pouvez-vous vous permettre d'avoir une ou deux personnes en dehors du bureau durant quelques jours? Pour certaines petites entreprises, cela peut être un facteur déterminant. Votre entreprise sera-t-elle en mesure de satisfaire dans l'immédiat la demande accrue qui pourrait résulter de votre participation à la foire? Dans la négative, il vaudrait mieux retarder votre participation plutôt que de vous mettre à dos des clients insatisfaits. Dans les cas où il s'agit pour vous de participer à des événements où vous êtes déjà allés, vous voudrez sans doute vous assurer que de nouveaux clients potentiels y soient attendus et consulter la liste des exposants confirmés.

Parce qu'il reste que les foires commerciales coûtent cher et qu'elles ne sont pas nécessairement la meilleure option pour tous; en dernière analyse, ce sera à vous de décider s'il s'agit d'un investissement rentable pour votre entreprise.

Le rédacteur en chef
Sylvie Bédard

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
Sylvie Bédard

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791

Rédacteur: Don Wight

Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : *CANADEXPORT* (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

COSTA RICA — Une importante coopérative agricole, qui produit du sucre, du café et des oranges, désire se procurer des **appareils de transformation alimentaire neufs et usagés**. La coopérative a un urgent besoin d'équipement de transformation pour la production de jus d'agrumes.

Il serait préférable de correspondre avec la coopérative

en espagnol, bien que l'anglais écrit soit compris. Les entreprises canadiennes intéressées peuvent communiquer directement avec Dagoberto Rodriguez, Cooperativa Agrícola Industrial Vicoria R. L., Apartado Postal 176-4100, Grecia, Costa Rica. Tél. : (506) 44-5638/5866. Fax : (506) 44-63-46.

ETATS-UNIS — Un importateur et distributeur de **jouets, nouveautés et produits industriels et de consommation de technologie rudimentaire et moyenne** est intéressé à établir des accords avec des petites ou moyennes compagnies canadiennes qui n'ont pas encore pénétré dans le marché américain. Envoyer la documentation publicitaire du produit, listes des prix et demande de renseignements à: J.M. Mumford, président, Tradewell International, Inc., 4902 Carlisle Pike, #293, Mechanicsburg, PA 17055 USA. Tél./téléfax: (717) 697-6529.

ÉTHIOPIE — L'Institut de recherche en agriculture invite les soumissionnaires admissibles à présenter, d'ici le 10 décembre 1992, des soumissions cachetées pour la fourniture de **machinerie agricole** (cinq groupes de nettoyage et traitement des semences, qua-

tre moissonneuses-batteuses, sept tracteurs et arracheuses-chargeuses ainsi que du matériel agricole), de **véhicules** (douze automobiles de type familiale, cinq camionnettes et trois autobus) et de **vingt-et-un récepteurs radio**. On peut se procurer les documents d'appel d'offres (N° IDA-1521-ET-2-92) pour environ 15 \$ CAN. Les fournisseurs canadiens intéressés peuvent communiquer avec DOMCAN (tél. : 21053), ou obtenir l'aide nécessaire pour se procurer ces documents en

envoyant une demande à cet effet, par fax, au no 251-1-512818.

IRAN — Une société de commerce extérieur, qui fournit depuis cinq ans des matières premières et semi-finies à des fabricants de pneus, de caoutchouc et de savon, désire importer d'entreprises canadiennes les produits suivants : du suif non comestible, des huiles essentielles comestibles et non comestibles, des polybutadiènes, du caoutchouc éthylène-propylène-diène, du caoutchouc butadiène-styrène, du caoutchouc isobutène et isoprène et des polybutadiènes (extenseur à l'huile). Communiquer avec Trans Khazar Trading Company, 62, ave Fatemi, Téhéran, Iran. Tél./fax : (021) 654579.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société nouvellement établie, qui se spécialise dans le domaine de l'électronique, souhaite accroître sa gamme de produits grâce à des **produits électroniques nouveaux et innovateurs**. Communiquer avec Stephen Loo, Knight Werkes Ltd., C.P. 97-458, South Auckland Mail Centre, Auckland, Nouvelle-Zélande.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise souhaite trouver au Canada un

manufacturier qui pourrait fabriquer sa **chaise ergonomique** en vue de la vendre sur le marché nord-américain. Il faudrait acheter une composante de l'entreprise néo-zélandaise et verser une redevance. Communiquer avec Ross Rieger, Directeur général, Health Appliance Centre, C.P. 56-248, Auckland, Nouvelle-Zélande.

PHILIPPINES — Une entreprise établie, qui fabrique et distribue de **l'équipement de purification et de traitement de**

l'eau, souhaite s'associer à des entreprises canadiennes pour l'assemblage partiel ou la fabrication de cet équipement qui est destiné aux marchés de l'Asie et des Philippines. Communiquer avec Roberto So, président, Systemnomics (Philippines) Inc., C.P. 2068, Manille, Philippines. Tél. : (632) 22-16-71. Fax : (632) 522-4147.

PRINCIPAUTÉ DE LIECHTENSTEIN — Une entreprise d'ici est à la recherche de produits alimentaires et non alimentaires (biens de consommation), de produits chimiques et industriels intermédiaires, de produits pharmaceutiques génériques et de techniques connexes (ventes de licences de production et unités de production). Communiquer avec A. Beck Ag. Tél. : 41-75 2 83 77. Fax : 41-75 8 10 10.

TAIWAN — Une entreprise taiwanaise est à la recherche de fournisseurs de **rails de rebut, de fonte, de bois, d'aluminium doux, d'acier doux, et de fils et câbles de cuivre de rebut**. Les quantités requises varient. On peut obtenir le cahier des charges et les détails au *Taiwan Trade Centre*, Place Montréal Trust, ave 1800 McGill College, pièce 2108, Montréal (Québec), H3A 3J6. Tél. : (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Choisir la bonne foire commerciale

Le grand nombre de foires peut poser un problème : comment choisir celle qui correspond le mieux à vos besoins et à vos objectifs?

Si la foire à laquelle vous désirez participer existe de longue date, plusieurs sources de renseignements s'offrent à vous et peuvent vous aider à évaluer son potentiel.

Vous pouvez ainsi glaner des renseignements en vous adressant aux organisateurs, à un ou plusieurs organismes indépendants qui évaluent les foires commerciales, ou à des entreprises qui y ont déjà participé.

Une des stratégies les plus rentables consiste à recueillir des renseignements sur le genre de public que les foires précédentes ont attiré et sur la composition du parc d'exposants.

Les expositions commerciales qui visent un public très vaste attirent des exposants dont les produits s'adressent à une vaste clientèle indifférenciée; généralement de grandes dimensions, elles peuvent attirer des foules immenses. À l'inverse, les expositions commerciales ciblant des secteurs précis de l'industrie ont tendance à attirer un nombre plus restreint d'exposants et de visiteurs.

Toutefois, le nombre de visiteurs ne doit pas constituer l'unique critère sur lequel fonder la décision de prendre part ou non à une manifestation. La qualité des visiteurs qui se présenteront à votre kiosque importe autant que leur nombre.

Parmi les renseignements fournis par les responsables de l'exposition figurera la liste des entreprises y ayant précédemment pris part. Examinez-la soigneusement et efforcez-vous de répondre, entre autres, aux questions suivantes : ces entreprises et la vôtre visent-elles la même clientèle? Reconnaissez-vous parmi ces entreprises certains de vos concurrents directs? Ont-ils participé régulièrement à cette manifestation dans le passé? Si vous obtenez des réponses favorables à toutes ces questions, poursuivez votre enquête. Vous tenez

peut-être l'exposition qui vous convient.

Vous pouvez aussi tenter de dresser un profil des visiteurs. Représentent-ils le genre d'entreprises auxquelles vous aimeriez vendre vos produits? Détiennent-ils le pouvoir d'acheter ou celui d'influencer les achats? S'agit-il de personnes que vous rejoignez déjà par d'autres moyens? Si vous répondez oui à ces questions, alors vous devriez très probablement participer à cette manifestation.

Une fois cette question réglée, il est recommandé de participer une première fois à l'exposition choisie, en qualité d'observateur plutôt que d'exposant. Ainsi, vous pourrez réellement prendre le pouls de l'événement.

Surveillez la publicité et les activités de promotion qui annoncent la tenue de la foire. Ceci peut vous donner une bonne idée de l'activité et des industries auxquelles les organisateurs accordent la préférence. Vous pouvez également communiquer avec certaines des entreprises qui ont, dans le passé, exposé leurs produits à la foire. Prenez soin de préparer des questions précises : combien de visiteurs votre kiosque a-t-il accueillis? Pouvez-vous attribuer, de façon directe, certaines de vos ventes à votre participation à cette foire commerciale? Comptez-vous y participer à nouveau? Ces démarches devraient vous permettre de rassembler les renseignements nécessaires à votre participation. La trousse de pré-inscription qui vous est envoyée peut aussi vous aider à évaluer la manifestation : généralement, elle vous renseigne sur les entreprises participantes, l'emplacement de leurs kiosques, les noms et les titres des membres du personnel affectés aux kiosques (ces renseignements peuvent vous être utiles si vous désirez rencontrer des personnes précises, surtout si elle sont susceptibles d'avoir une influence favorable sur vos affaires).

Le jour du lancement de l'exposition, efforcez-vous d'arriver sur les lieux une demi-heure avant l'ouverture. Vous pourrez ainsi juger de l'efficacité de

l'organisation : les préposés aux inscriptions sont-ils trop peu nombreux, de sorte qu'il se forme de longues files d'attente, ou tout se passe-t-il au contraire sans anicroche? Le personnel est-il chaleureux et bien renseigné? Avant de visiter les kiosques précis que vous avez ciblés dans le cadre de vos recherches, parcourez l'exposition au complet. Cela vous permettra de mieux comprendre le plan d'ensemble, de situer les secteurs attirant le plus grand nombre de visiteurs, d'avoir une idée du nombre de visiteurs qui peuvent visiter un kiosque ou passer à proximité (l'affluence dépend-elle uniquement du nombre de visiteurs qui assistent à l'exposition, ou les critères de composition et de qualité de l'assistance y comptent-ils pour quelque chose?), de saisir la logique de la disposition des kiosques et de vous renseigner sur les emplacements occupés par vos concurrents.

Retournez à la foire le jour de sa clôture et visitez sans vous presser les kiosques de quelques exposants dont les produits ne rivalisent pas avec les vôtres. Les participants, bien que fatigués, sont en général disposés à fournir un bilan sommaire de la manifestation.

Une fois la foire terminée, communiquez avec les organisateurs et demandez leur de vous fournir le bilan de la manifestation, qui comprend surtout des données quantitatives sur les visiteurs et leurs mouvements. Plusieurs organisateurs vous fourniront d'eux-mêmes des éléments qui vous permettront de placer les renseignements recueillis dans un contexte adéquat. Si vous le désirez, vous pourrez aussi communiquer à nouveau avec certains des exposants.

Le mot de la fin : vérifiez — avant de vous inscrire à une exposition — l'importance que lui accorde votre secteur de l'industrie. Puisque vous payez pour participer à une exposition commerciale, il est important de vous assurer que votre argent est investi de la manière la plus rentable.

Calendrier des manifestations commerciales aux É.-U.

Voici une liste des événements commerciaux qui auront lieu aux États-Unis en 1992-1993 et auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) compte participer. Il est possible d'obtenir de plus amples renseignements sur ces activités auprès des agents chargés des divers secteurs.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Matériel informatique, logiciels, informatique, traitement des données et bureautique

Agent : G. Willows Tél. : (613) 993-6576

- **NetWorld Boston** - Du 12 au 14 janvier 1993 - Boston - Matériel, logiciels, périphériques et accessoires de réseaux axés sur les ordinateurs personnels (PC).
- **Comdex Spring/Windows World** - Du 24 au 27 mai 1993 - Atlanta - Matériel, logiciels, périphériques, accessoires et autres produits pour petits systèmes informatiques.
- **PCEXPO** - Du 29 juin au 1^{er} juillet 1993 - New York - Exposition axée sur le matériel, les logiciels, les périphériques et les accessoires pour petits systèmes informatiques.

Produits et services de consommation

Meubles et mobilier

Agent : M. Samson Tél. : (613) 991-9479

- **Solo Office Furniture Shows** - Cleveland et Columbus, mars 1993. Mobilier de bureau.
- **Solo Healthcare Furniture Show** - Les 25 et 26 mars 1993 - Minneapolis - Mobilier pour le secteur des soins de santé.

Vêtements et chaussures

Agent : N. Peacock Tél. : (613) 991-9476

- **Canada Mode** - Du 27 février au 2 mars 1993 - New York - Vêtements pour dames.
- **Mid-West Men's Wear Collective** - Février 1993 - Chicago.

Équipement industriel et environnemental

Produits et services environnementaux

Agent : D. Marsan Tél. : (613) 991-9478

- **Hazardous Material Control Resources Institute's (HMCRI) Superfund '92** - Du 1^{er} au 3 décembre 1992 - Washington - Les systèmes et services de collecte, de confinement et d'élimination de matières toxiques et dangereuses produites par les municipalités et les industries.
- **Petrosafe 93** - Du 26 au 28 janvier 1993 - Houston - Détection de matières dangereuses, matériel de traitement et d'élimination, matériel de prévention des incendies et de lutte contre les incendies, systèmes de confinement et de

nettoyage des déversements de pétrole, matériel d'incinération.

- **Atelier de technologie océanographique** - 26 février 1993 - Newport (Rhode Island) - Cet atelier a pour objectif de promouvoir le commerce, les coentreprises, les alliances stratégiques et les projets de développement conjoints entre des organismes canadiens et américains.
- **Plant Engineering & Maintenance Show (PEM 93)** - Du 8 au 11 mars 1993 - Chicago - Le matériel, les fournitures et les services de contrôle de la pollution pour les installations industrielles.
- **American Water Works Association Expo & Conference** - Du 6 au 10 juin 1993 - San Antonio (Texas) - Compteurs, conduites, robinets et autres éléments utilisés par les services d'aqueduc.
- **Hazardous Materials Management Conference** - Du 9 au 11 juin 1993 - Atlantic City (N.J.) - Matériel de manutention, de traitement, d'entreposage et de transport des matériaux et des déchets dangereux.
- **Air and Waste Management Association** - Du 13 au 18 juin 1993 - Denver (Colorado) - Exposition de produits et de services servant au contrôle de la pollution de l'air et à la gestion des déchets comme des instruments, de l'équipement de contrôle et des services d'ingénierie et de consultation.
- **Waste Expo 93** - Du 23 au 25 juin 1993 - Chicago - Du matériel de collecte, de transport et d'élimination des déchets solides et dangereux, ainsi que de l'équipement, des produits et des services connexes.

Outillage de fabrication

Agent : P.A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

- **National Industrial Fastener Show** - Du 24 au 26 mai 1993 - Columbus (Ohio).

Matériel et services d'alimentation électrique et d'énergie

Matériel et services de transmission et de distribution

Agent : A. McBride Tél. : (613) 993-5149

- **Power Gen 92 Show** - Du 17 au 19 novembre 1992 - Orlando - Équipement servant à la production d'électricité.

Systèmes de transport et matériel connexe

Automobile (équipement d'origine)

Agent : A. McBride Tél. : (613) 993-5149

- **Society of Automotive Engineers Show** - Du 1^{er} au 4 mars 1993 - Detroit - Pièces pour automobiles.
- **Mid-America Trucking Show** - Du 4 au 6 mars 1993 - Louisville - Pièces et équipement pour camions.

(Suite à la page 6.)

Manifestations commerciales aux États-Unis *(Suite de la page 5.)*

- **Mission du Michigan en Ontario et au Québec (transport public)** - Janvier 1993 - Étude de la technologie du gaz naturel comprimé (GNC) au Canada.
- **Mission d'acheteurs de la Nouvelle-Angleterre et de New York en Ontario et au Québec (transport public)** - Mars 1993 - Équipement, systèmes et technologies du transport public.
- **International Public Transit Expo (IPTE)** - Du 4 au 6 octobre 1993 - Nouvelle-Orléans - Il s'agit de la plus grande exposition au monde d'équipement et de technologies utilisés pour les systèmes de transport urbain. Le Canada y sera représenté par un stand national. Les entreprises qui désirent participer à cette exposition de calibre mondial peuvent maintenant réserver de l'espace.

Services

- Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9440
- **Mission commerciale - Media Contacts** - Janvier 1993 - San Francisco.
 - **Mission commerciale dans le domaine du transport** - Mars 1993 - El Paso.
 - **Mission commerciale dans le domaine du génie conseil** - Décembre 1992 - Seattle.
 - **Mission commerciale** - Novembre 1992 - Atlanta - Services de logiciels/cadre d'utilisation/technologie informatique pour le secteur de la défense.
 - **Colloque** - Partenariat dans le domaine du génie conseil - Janvier 1993 - Vancouver.

- **Colloques** - Exportation de services de marketing aux États-Unis - Du 23 novembre au 2 décembre 1992 (Moncton, Toronto, Québec, Montréal, Vancouver, Calgary et Saskatoon).
- **Mission** - Vendre aux gouvernements des états américains - Du 16 au 18 février 1993 - Orlando.
- **Mission** - Possibilités de partenariat dans le domaine de l'architecture - Janvier 1993 - Minneapolis.

Programmes de défense, produits, équipement et services connexes

Équipement de sécurité

- Agent : P.A. Rolland Tél. : (613) 991-9475
- **COPEX USA 93** - Les 25 et 26 mai 1993 - Baltimore.

Marchés publics non liés à la défense

- Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9440
- **Mission commerciale au U.S. General Services Administration (GSA)** - Janvier 1993 - Forth Worth - Vêtements de sécurité.
 - **Communications Networks (ComNet) 93** - Du 2 au 4 février 1993 - Washington (D.C.) - Communication de données vocales, transmission de données, produits de réseaux.
 - **Federal Computer Conference & Expo West** - Mai 1993 - Anaheim.
 - **Federal Office Systems Exposition (FOSE)** - Avril 1993 - Washington (D.C.) - Technologie informatique.

Foires/missions en Afrique et au Moyen-Orient

Voici la liste des foires commerciales et des missions en Afrique et au Moyen-Orient auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada participera au cours de l'année financière 1992-1993.

Pour plus d'information, communiquer avec Eric Brown, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient. Tél. : (613) 990-6592. Fax : (613) 990-7437.

- **Mission sur les produits de consommation et les maisons de commerce** au Yémen, en Emirats arabes unis et en Arabie saoudite — Janvier 1993.
- **Mission et séminaires** sur les services de la technologie et les équipements de protection de l'environ-

nement en Israël — Février 1993.

- **Rencontre de la Commission économique conjointe Canada-Arabie saoudite** — Février 1993 (provisoire) — Ryad, Arabie saoudite.
- **Séminaires au Maghreb** sur les services, les techniques et les équipements de **protection de l'environnement** — Février 1993 — Algérie, Morocco et Tunisie.
- **Foire commerciale internationale de Koweït** — Février 1993.
- **Exposition nationale du pétrole du Moyen-Orient** — Avril 1993 — Bahreïn.

Le Japon : foires et missions commerciales

Voici, dans l'ordre alphabétique, par secteur et selon l'ordre chronologique, une liste des projets principaux de promotion 1992-1993 au Japon, auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces manifestations et sur la façon de participer, veuillez communiquer avec les agents commerciaux indiqués, en utilisant le numéro de téléphone fourni ou le numéro de fax suivant : (613) 943-8286.

Produits agro-alimentaire et fruits de mer

- **Foodex 93** - Japon - Aire d'information centrale - Mars 1993. On mettra l'accent sur les aliments transformés. Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619.
- **Exposition individuelle des produits alimentaires de Kansai au printemps** - Osaka - Exposition individuelle - Mars 1993. On mettra l'accent sur les produits alimentaires transformés et semi-transformés. Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619.

Industries biologiques et produits pour les soins de santé

- **Mission à l'étranger relative au Système d'information géographique** - Japon - Décembre 1992. On mettra l'accent sur tous les aspects des systèmes d'information géographique. Personne-ressource : John Scofield (613) 995-8596.

Produits grand public

- **Salon individuel des produits de plein air (villégiature et loisirs)** - Osaka - Kiosque d'information - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les articles de sport et les produits de loisirs en plein air. Personne-ressource : Wayne House (613) 995-1678.
- **Salon international des meubles de Tokyo** - Tokyo - Kiosque d'information - Décembre 1992. On mettra l'accent sur les meubles (de tous genres). Personne-ressource : Pat Cronin (613) 996-2460.

Industries des produits forestiers et de la construction

- **Salon canadien individuel des maisons en bois rond** - Tokyo - Exposition individuelle - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les maisons en bois rond et les produits grand public de plein air. Personne-ressource : Wayne House (613) 995-1678.
- **Salon du granite** - Tokyo et Nagoya - Exposition individuelle - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les produits en granite. Personne-ressource : Wayne House (613) 995-1678.

Informatique

- **Mission et séminaire à l'étranger dans le domaine des logiciels pour gros ordinateurs** - Japon - Mission à l'étranger - Janvier 1993. On mettra l'accent sur les logiciels pour gros ordinateurs. Personne-ressource : Pat Cronin (613) 996-2460.

Listes des foires commerciales et missions en Europe de l'Ouest en 1993

Voici, en ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1993.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle où plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte.

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions sont constitués soit d'exportateurs canadiens (MVE), ou d'acheteurs potentiels de l'étranger (MEA).

Pour obtenir plus d'information sur ces événements ou sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél. : (613) 996-5554. Fax : (613) 995-6319.

Produits agricoles et alimentaires, équipement et services

- **Agrotica** — Salonique (Grèce) — Février 1993 — Salon annuel de produits agricoles, incluant les semences, les pommes de terre, les fèves soya, le sperme de bétail et des services d'amélioration des troupeaux, ainsi que des produits forestiers (KI).

(Voir page 8 — L'Europe.)

L'Europe

(Suite de la page 7.)

• **SIA** — Salon agricole international. Paris (France) — 1er au 8 mars 1993 — Bétail de reproduction (KIE).

Produits de construction et services

• **BAU 93** — Munich (Allemagne) — 19 au 24 janvier 1993 — Produits de construction. Partenariat (kiosques d'information) avec le COFI et le BPIP (KI).

• **Construction-Turquie 93** — Istanbul (Turquie) — Janvier 1993 — Construction et matériaux de construction (KI).

• **Batibouw** — Bruxelles (Belgique) — Février 1993 — Produits en bois et matériaux de construction à valeur ajoutée (KIE).

Produits de consommation

• **London International Boat Show** — Londres (R.U.) — 7 au 17 janvier 1993 — Loisirs nautiques (KIE).

• **Harrogate International Toy Fair** — Harrogate (R.U.) — 11 au 16 janvier 1993 — Jouets, jeux, produits de Noël (KIE).

• **CPD Collection Premiere** — Dusseldorf (Allemagne) — 7 au 10 février 1993 — Exposition annuelle de la haute couture canadienne des vêtements pour dames.

• **ISPO (printemps) 93** — Munich (Allemagne) — 4 au 7 mars 1993 — Articles de sport, y compris les vêtements d'hiver (SN).

• **International Hardware Fair 1993** — Cologne (Allemagne) — 7 au 10 mars 1993 — Outils, serrures et raccords, matériaux de construction et de bricolage (SN).

• **Igedo** — Dusseldorf (Allemagne) — Mars 1993 — Mode et vêtements (KIE).

Recrutement en cours pour le Salon de l'aéronautique de Paris de 1993

Le Bourget - Pour la dix-huitième fois, le Canada compte bien participer au plus grand et plus prestigieux salon de l'aéronautique du monde. Le **Salon de l'aéronautique de Paris (SAP)** aura lieu dans cette banlieue de Paris du 10 au 20 juin 1993. Le Canada, par l'entremise d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada y présentera une fois encore un important pavillon national.

Le SAP est «le» salon auquel les entreprises canadiennes «doivent» participer pour frayer avec les gens du milieu et établir des contacts commerciaux, puisque plus de 147 000 «professionnels» du monde entier participent à cette exposition de dix jours.

Depuis 1965, le Canada prend part au SAP qui est organisé tous les deux ans en alternance avec l'Exposition aéronautique internationale de Farnborough,

en y présentant un stand national et un pavillon de grande qualité.

En 1991, lors de la dernière présentation du SAP, 39 entreprises canadiennes et trois provinces y étaient représentées. Les participants canadiens ont fait état de ventes de plus de 750 millions de dollars!

Les entreprises canadiennes du domaine de l'aérospatiale qui désirent participer au SAP de 1993 doivent communiquer avec André Pascal (tél. : (613) 996-5555), ou avec Louise Cameron (tél. : (613) 996-3607), des Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie, Direction générale de l'Europe de l'Ouest, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2.

Vendre aux gouvernements (Suite de la première page.)

National Association of State Purchasers Association, sera donné par des acheteurs principaux représentant plus de 30 états. Les participants pourront aussi avoir un entretien privé de dix minutes avec des responsables des achats.

Si vous souhaitez y participer, vous devez faire parvenir, d'ici le **18 décembre 1992**, les renseignements suivants à Doreen Conrad de UTO (fax : (613) 990-9119) :

- nom, adresse et personnes-ressources de l'entreprise;
- description des produits ou des services;
- exportez-vous déjà aux États-Unis?
- vendez-vous déjà aux gouvernements des états américains?

Le nombre de places étant limité, les entreprises intéressées doivent réserver tôt.

Comment s'y prendre

Voici quelques conseils sur la façon de s'y prendre pour vendre aux gouvernements des états américains.

Au niveau des états, la responsabilité des approvisionnements est très centralisée : les divisions des achats achètent la plupart des biens et des services d'usage courant pour toutes les autres agences de l'État. Il est important, afin de savoir de quelle façon les soumissionnaires éventuels sont choisis, de communiquer avec la division des achats de l'État auquel vous désirez vendre vos produits ou services. Certains utilisent des listes de fournisseurs, d'autres annoncent leurs besoins. Certains exigent des frais pour l'inscription sur la liste des vendeurs, d'autres pas.

Il faut ensuite établir des contacts avec l'agence cliente. Il est important de comprendre le mandat de l'agence,

(Voir page 12: Vendre.)

Pièces automobiles

Le Canada pourrait obtenir une plus grande part du marché guatémaltèque

Les statistiques relatives aux importations des cinq dernières années (1987-1991) indiquent que le Guatemala constitue un « vigoureux » marché pour les pièces de rechange, dont les importations ont atteint 20 512 481 \$US en 1991.

Ces mêmes statistiques révèlent que les ventes du Canada au cours de cette période ne représentaient qu'un pour cent ou moins de la part de ce marché.

Ces constatations sont issues de l'étude *Automobile Spare Parts: An Overview of the Market — Guatemala*, préparée par la Direction commerciale de l'ambassade du Canada à Guatemala.

Cette étude fait également remarquer qu'« il n'y a aucune raison pour que le Canada ne puisse accroître sa part des exportations, et entrer en concurrence directe avec des pays comme la Suède, le Mexique, l'Italie, l'Espagne et la Corée du Sud. C'est un marché de consommation de 20 millions \$ par an dans lequel les manufacturiers canadiens ont fait leurs preuves, et sa proximité géographique autant que la dévaluation du dollar le rendent encore plus attrayant ».

Cette observation est d'autant plus pertinente que ce marché est appelé à s'élargir, étant donné qu'on prévoit « une hausse spectaculaire du nombre de véhicules ». De plus, un sondage effectué par l'ambassade indique qu'environ 15 p. 100 des stocks des concessionnaires sont achetés à des exportateurs indépendants. L'étude indique que c'est sur cette part de marché que devraient se concentrer les exportateurs canadiens.

Voici quelques autres facteurs en faveur des Canadiens désireux de pénétrer ce marché :

- la fabrication locale ne peut avoir d'incidence sur la participation du Canada au marché guatémaltèque;
- le marché du Guatemala est facile d'accès du fait que le gouvernement

n'impose pas de règlements spéciaux aux importateurs; il n'exige pas en effet de licence d'importation ni d'étiquetage en espagnol et ne requiert aucun emballage spécial.

L'étude couvre un certain nombre d'autres domaines, dont les droits de douane à l'importation, la cotation des prix, les modalités de paiement, les services d'expédition et les canaux de distribution, et dresse une liste des pièces de rechange les plus demandées par les importateurs guatémaltèques.

En conclusion, l'étude fournit quelques conseils utiles.

« Nous conseillons aux entreprises canadiennes qui s'intéressent au marché guatémaltèque de s'adjoindre un représentant ou un agent dynamique installé sur place. C'est la meilleure façon de pénétrer le marché. Et pour accroître encore ses chances de réussite, il est recommandé au fabricant d'épauler son représentant de façon soutenue en expédiant à ses clients des catalogues et des renseignements à jour et en allant

sur place coordonner les activités avec son agent et rendre visite, avec ce dernier, aux clients locaux. Le désir sincère de servir les importateurs et de collaborer avec eux demeure le principal outil de marketing sur ce marché ».

On peut se procurer des exemplaires du rapport, à l'aide du numéro de code 66LA, auprès d'Info Export (voir C.P. au bas de la page).

Pour de plus amples renseignements commerciaux sur le Guatemala, prière de s'adresser à Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460. Fax : (613) 943-8806.

Les intéressés peuvent également communiquer directement avec la Direction commerciale de l'ambassade du Canada, C.P. 400, Guatemala, Guatemala. Fax : (011-502-2) 321419. Téléx : (code de destination 372) 5206 (5206 CANADA GU).

Guide des biens et services

Les Publications Canexport Inc. de Pointe-Claire, au Québec, publieront, deux fois l'an, un nouveau guide de consommation axé sur la promotion des biens et services canadiens auprès des milieux d'affaires du monde entier. On informe les entreprises qui aimeraient figurer dans ce guide que le prochain numéro paraîtra en mars 1993. Le *Répertoire Canexport* est imprimé au total à 60 000 exemplaires et en deux versions, anglaise-française et anglaise-espagnole. Des chambres de commerce étrangères, des délégations commerciales, des ambassades du Canada à l'étranger et des organisations internationales d'importation et d'exportation en assurent la distribution gratuitement, ce qui assure aux annonceurs une visibilité maximale. Canexport offre également aux acheteurs éventuels un service d'orientation gratuit employant un système novateur qui donne accès, par télécopie, à une banque de données. Pour obtenir des renseignements supplémentaires au sujet du *Répertoire Canexport*, on est prié de communiquer avec Canexport Publications Inc., 955, boulevard St-Jean, bureau 203, Pointe-Claire, Québec, H9R 5K3. Tél. : (514) 426-5865. Fax : (514) 426-5854.

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1^{er} octobre 1992 (vol. 10 n° 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le quatrième et le cinquième articles de la série, qui portent respectivement sur le secteur de l'exploitation minière et l'industrie forestière. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

LE SECTEUR DE L'EXPLOITATION MINIÈRE

La technologie canadienne dans le secteur minier est sans égale dans le monde. Sauf quelques exceptions remarquables, le Mexique accuse un retard de cinquante ans par rapport aux progrès récents et veut absolument donner un second souffle à son industrie minière. Dans le cadre de l'ALENA, le Mexique procède à une réforme profonde de la réglementation sur l'exploitation minière afin d'ouvrir le secteur aux investissements étrangers et de favoriser l'adoption de pratiques plus efficaces, plus sûres et plus respectueuses de l'environnement.

Les nouveaux investisseurs s'intéressent à la découverte de nouveaux filons, à la modernisation d'installations inefficaces. Les investissements étrangers dans l'industrie minière mexicaine s'élevaient en 1991 à plus de 515 millions de dollars américains, par rapport à 485 millions l'année précédente. Les Mexicains recommencent à injecter des capitaux dans le secteur, ayant investi en 1991 plus de 570 millions de dollars US contre quelque 220 millions en 1990.

Les exploitants mexicains devaient s'armer de patience pour simplement faire fonctionner les mines, à plus forte raison s'ils voulaient en ouvrir de nouvelles. Compte tenu de la réduction du nombre de problèmes causés par la bureaucratie, comme les décisions arbitraires, le manque de coordination entre les politiques et les renseignements insuffisants, autant de patience n'est plus nécessaire. En raison du climat économique favorable, les compagnies minières mexicaines ont dépensé chaque année, estime-t-on, environ 30 p. 100 de plus pour le matériel et les projets (en 1990, apparemment quelque 600 millions de dollars US au total).

Une étude préparée par KPMG-Peat Marwick estime que l'ALENA entraînerait une hausse de 13,2 p. 100 de la production minière au cours de ses dix premières années d'application, simplement grâce à l'augmentation de la croissance économique et à la stimulation de la demande de produits miniers de base.

Faut-il le préciser, toute augmentation des activités se traduira par de nouveaux débouchés pour les fournisseurs canadiens d'équipement et de services.

Dans l'ensemble, l'ALENA facilitera la tâche aux sociétés

canadiennes pour ce qui est de questions telles que la propriété intellectuelle, l'harmonisation des normes, la fiscalité, les permis de travail et l'accès aux marchés publics. Par exemple, les organismes gouvernementaux mexicains pourraient avoir à mettre en marche un projet de cartographie et d'y affecter quelque 30 millions de dollars US au cours des prochaines années. D'autres projets de grande envergure se profilent à l'horizon.

Malgré la faiblesse des prix des produits de base qui nuit aux exploitants miniers du monde entier, un vent d'optimisme et de dynamisme souffle dans l'ensemble du secteur de l'exploitation minière au Mexique.

L'INDUSTRIE FORESTIÈRE

L'industrie forestière a tout le potentiel nécessaire pour contribuer davantage à l'économie du Mexique. Il faudra une aide financière et technique considérable pour améliorer le rendement dans les domaines de la sylviculture, de la gestion des ressources publiques et privées, de la fabrication et de la mise en marché des produits du bois. Cela se traduira pour les fournisseurs canadiens d'équipement et de services par une augmentation des débouchés commerciaux et des possibilités de transfert technologique et de coentreprises.

L'industrie forestière mexicaine utilisait jusqu'ici de vieilles machines désuètes mais a commencé à les remplacer par un équipement plus récent, compte tenu des meilleures conditions économiques et du contexte favorable aux importations. On s'attend à ce que cette tendance se poursuive dans les années à venir et que le marché total atteigne d'ici 1994 54,9 millions de dollars américains, soit une hausse annuelle de 5 p. 100 en moyenne.

Les importations ont joué un rôle déterminant dans ce secteur puisque la plupart des équipements d'exploitation forestière et de transformation du bois ne sont pas fabriqués au Mexique. La fabrication locale se limite aux outils simples, comme les scies circulaires, les scies à ruban simple, les

(Voir page 11: Le Mexique.)

Le Mexique

(Suite de la page 10.)

outils à main, les moteurs, les déligneuses ainsi que les pièces et accessoires. Le Mexique importe l'équipement plus perfectionné et plus complexe : scies à ruban multi-lames, scies à chaîne, presses à contreplaqué, équipement de fabrication de panneaux de particules, chaudières et fours pour le bois ou la pâte, palans, treuils et grues, outils de rabotage et de coupe pour le façonnage du bois, machines-outils pour le façonnage du bois tels les machines à scier, à raboter, à fraiser ou à couper, à poncer ou à polir, à percer, à fendre, à défibrer, à écorcer, tours et équipement pour la fabrication de meubles.

Les importations représentaient en 1987 70 p. 100 du marché total; leur part est passée à 83 p. 100 en 1988, puis à 84 p. 100 l'année suivante. Les machines et l'équipement d'occasion sont également très en demande au Mexique, puisque la technologie avancée n'est pas très répandue et n'est utilisée que par les très grandes entreprises.

Les États-Unis, avec une part de marché de 50 p. 100, sont le plus grand fournisseur du Mexique en équipement d'exploitation forestière et de transformation du bois. Le Canada a beaucoup augmenté sa part du marché mexicain ces trois dernières années, de 1 p. 100 en 1990 à 10 p. 100 à l'heure actuelle. Les produits et les services suivants offrent des débouchés intéressants : pâte, papier journal, bois d'oeuvre, machines pour l'exploitation forestière et les usines de pâte et papier, technologie pour la création et la gestion de pépinières, reboisement, formation du personnel de production primaire, technologie et équipement pour l'exploitation forestière. La technologie en matière de préservation des forêts, de reboisement et de lutte contre les incendies de forêt vient également en tête des priorités.

Grâce à l'ALENA, le Canada renforcera son avantage concurrentiel sur les fournisseurs étrangers et sera en mesure d'accroître encore sa part de marché.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Mason Tools Ltd., Ottawa, a reçu un contrat de fourniture d'outils de repêchage à la commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde. La transaction est appuyée par un prêt pouvant atteindre 131,000 \$ CAN, accordé par la Société des exportations (SEE), et par une subvention de 80 291 \$ CAN de l'agence canadienne de développement international (ACDI). La société Mason Tools Ltd. se spécialise dans le matériel de forage pétrolier. Elle a vendu dans le monde entier son équipement combiné composé d'une coulisse de battage, d'une coulisse hydraulique et d'un raccord amortisseur à faible constante de rappel.

Technophar Equipment and Service Limited, Ottawa, a vendu quatre machines de fabrication de capsules de gélatine dure à Gelcap SRL, une entreprise de Roumanie, grâce à un financement de 3 451 000 \$ US que la société pour l'expansion des exportations (SEE) a accordé à l'acheteur. Technophar Equipment and Service Limited est réputée pour la conception, la fabrication, et l'installation de matériel innovateur à la fine pointe de la technologie. Elle a signé d'importants contrats internationaux dans plus de 10 pays, dont certains sont déjà terminés.

VME Equipment of Canada Ltd. de Guelph, a vendu une chargeuse Michigan L190B à une société mexicaine, Triturados y Agregados de Veracruz, S.A., grâce à un appui financier de 178 412,19 \$ US que la société pour l'expansion des exportations (SEE) a accordé à l'acheteur.

Le Petroleum Recovery Institute (PRI), Calgary, a obtenu un contrat dans le cadre international d'association et de transfert de technologie conclu avec la Commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde. La transaction est appuyée par un prêt de 185

184 \$ US, accordé par la Société pour l'expansion des exportations (SEE), et par une subvention de 113 500 \$ US de l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Le PRI est un institut de recherche d'envergure internationale.

Sandvik Process Systems Canada, Ottawa, a vendu un refroidisseur à courroie Sandvik de 48 pouces pour la production novolaque à Fordath, S.A de C.V, au Mexique, grâce à un financement de 92 680 \$ US de la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Sandvik Process Systems Canada est une grande entreprise d'envergure internationale qui fabrique du matériel de congélation et de séchage des aliments, de tri des emballages et de traitement chimique.

ABB Combustion Systems, Ottawa, a gagné un contrat avec la Commission de production d'électricité de Thaïlande pour installer deux générateurs de vapeur de 300 megawatts (MW) à Mae Moh, à 600 km au nord de Bangkok. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) accorde un financement de 73 millions \$ US pour appuyer la transaction. ABB Combustion Systems est l'un des principaux fabricants canadiens de générateurs de vapeur.

Boviteq inc., Saint-Hyacinthe, un Centre de transfert embryonnaire a conclu une importante commerciale pour expédier des embryons bovins congelés de race Holstein à l'état du Parana, Brésil. D'ici à la fin de l'année 1992, le centre expédiera 700 embryons vers ce marché. En association avec Holstein Québec et le Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec, le centre a signé un contrat pour fournir 400 embryons à la province de Lugo en Espagne. Ce contrat représente le plus gros volume d'embryons jamais importés par l'Espagne.

Vendre aux gouvernements américains (Suite de la page 8.)

ses besoins et sa structure. Vous pouvez aussi obtenir des renseignements sur les budgets et les cycles budgétaires.

Les agences disposent, selon l'État, de certains pouvoirs délégués pour les achats se situant entre 100 \$ et 25 000 \$. Il est facile d'obtenir tous ces renseignements.

Comment être compétitif

La clé du succès sur le marché des états américains c'est de connaître les règles du jeu. Une version abrégée des règles pour chacun des états est présentée dans la publication *State and Local Government Procurement*. (les directives pour commander la publication se trouvent à la fin de l'article). Vous pouvez aussi vous procurer un jeu complet des lois de chacun des états pour environ 40 \$. Chaque commission responsable des achats peut vous dire comment procéder.

Un autre élément de plus en plus important dans le choix des vendeurs est la valeur ajoutée, ou le service. Le niveau de service offert peut en fait faire toute la différence pour l'obtention ou la perte d'un contrat.

La mesure dans laquelle la soumission répond aux besoins réels de l'agence qui utilisera le produit ou le service est un autre élément primordial dans la décision. C'est pourquoi il est important de comprendre le mandat des agences.

Les produits recyclés, une grosse affaire

Vous vendez des produits recyclés? Si tel est le cas, vous jouissez d'un avantage énorme si vous présentez des soumissions pour les marchés publics des états. Très peu de fournisseurs américains offrent des produits recyclés, ce qui en fait un créneau dont les

entreprises canadiennes n'ont qu'à profiter.

Dans plusieurs états, une préférence de dix pour cent du prix est accordée aux soumissions qui offrent des produits recyclés, comme du papier, de l'équipement remis à neuf, de l'huile régénérée, des produits du plastique, etc.

Produits recyclés

Exposition sur les marchés publics
Les fournisseurs de produits recyclés seront peut-être intéressés à participer à une exposition dans le cadre du **Southeast Recycled Products Procurement Conference and Vendor Show** qui aura lieu les 15 et 16 février 1992 à Orlando (Floride), au même moment que la mission commerciale mentionnée précédemment.

Où obtenir de l'information

Une des meilleures sources d'information sur les achats des gouvernements des états est le Council of State Governments. Cette organisation publie des publications peu coûteuses sur les achats de ces gouvernements, dont : *How to Do Business with the States, The Contract Cookbook for Purchase of Services, Purchasing Preference Practices, A 50-State Overview, State Geographic Information Activities Compendium, State and Local Government Purchasing et Directory of State Environmental Officials*.

Communiquer par fax au (613) 990-9119, avec Doreen Conrad, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, AECEC.

AU CALENDRIER

Toronto - Du 23 au 26 novembre - Canadian Computer Show and Conference. Organisée par les Expositions industrielles et commerciales Inc., la manifestation de l'année, dans le secteur informatique, proposera des solutions technologiques susceptibles d'aider les entreprises à accroître leur efficacité et leur compétitivité. Inscriptions réservées aux gens d'affaires de 18 ans et plus. Pour obtenir des renseignements supplémentaires, on est prié de s'adresser à Deborah Dugan, directrice du marketing. Tél. : (416) 252-7791. Fax : (416) 252-9848.

Vancouver - Le 19 novembre 1992 - Séminaire sur la vente de biens et services au gouvernement fédéral des États-Unis (marchés civils). Le directeur du Business Service Center d'Auburn,

Washington, rattaché à la General Services Administration (GSA), offrira un exposé détaillé sur l'art de vendre à la GSA. Communiquer avec Jacalin Crosfield. Tél. : (604) 666-1440. Fax : (604) 666-8330.

Montréal — 1 décembre; **Toronto** — 2 décembre; **Calgary** — 4 décembre — «Séminaire sur les débouchés commerciaux en Turquie», organisé conjointement par les gouvernements provinciaux, les associations commerciales et le Conseil canadien du commerce avec la Turquie. Ces séminaires s'adressent aux firmes intéressées à des coentreprises et fourniront également des renseignements sur les programmes d'aide existants. S'adresser à Louis J. Duhamel, Montréal. Tél. : (514) 866-1633. Fax : (514) 875-5004.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CAI
EA
C16F
#20
1992
C.1
DOCS

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMERO

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°20

1^{er} décembre 1992

Singapour, le choix des exposants

La République de Singapour est devenue l'endroit par excellence pour tenir des foires commerciales en Asie du Sud-Est. En outre, le pays offre aux sociétés canadiennes de nombreux avantages en tant que marché d'exportation.

Les données publiées récemment par l'Union des foires internationales (UFI), qui a son siège à Paris, confirment que sur ses 40 foires agréées en Asie et au Moyen-Orient, 15 (38 p. 100) ont lieu à Singapour. Sur les 23 foires agréées tenues en Asie, 15 (65 p. 100) ont eu lieu dans cette ville.

Critères régissant les foires

Pour être sanctionnée par l'UFI, une foire doit faire la preuve qu'elle a atteint un niveau professionnel en satisfaisant aux critères suivants :

- afficher un bon bilan. L'exposition doit s'être déroulée avec succès dans la même ville au moins à trois reprises;

- présenter un pourcentage élevé de participants étrangers; un nombre minimal de visiteurs doit venir d'ailleurs;
- satisfaire aux normes élevées établies par l'UFI en matière d'installations de foire.

Voici les principales foires commerciales — annuelles pour la plupart — organisées par Singapour : **CommunicAsia** et **Asia Telecom** (télécommunications); **Food and Hotel Asia**; **Offshore South East Asia** (pétrole et gaz naturel); **Asian Aerospace**; **Sibex** (matériaux et techniques de construction); **WatermexAsia** (gestion et technologie des eaux); **EnvironmexAsia** (gestion et technologie de l'environnement); **ChemAsia** (génie chimique et génie des procédés opérationnels).

Avantages offerts en tant que marché

Outre ses manifestations commerciales de haute qualité, Singapour offre

aux sociétés canadiennes divers avantages en tant que marché d'exportation. Ainsi, étant un centre traditionnel d'exportation en transit (entrepôt), Singapour pratique une politique de libre-échange, c'est-à-dire qu'il n'y a presque pas d'obstacles au commerce - et presque pas de tarifs applicables aux marchandises importées. De nombreuses multinationales y ont des bureaux régionaux ou des bureaux internationaux d'approvisionnement, ce qui contribue à faire de Singapour un grand centre de renseignements sur les fournisseurs pour les marchés de l'ANASE et l'Asie du Sud-Est.

De plus, Singapour possède une excellente infrastructure de transport, dont l'un des meilleurs ports naturels au monde. L'aéroport international Changi a toujours été considéré comme étant l'un des meilleurs au monde.

Les 2,8 millions de Singapouriens sont instruits et travailleurs. Presque tous parlent l'anglais. Le revenu par habitant est supérieur à 17 000 \$ CAN. Le taux de chômage avoisine les 2 p. 100 et le taux d'inflation a été de 3,4 p. 100 en 1991.

Débouchés

En 1991, les exportations canadiennes à Singapour se sont chiffrées à 267 millions de dollars. Les principaux do-

(Voir page 8— Singapour.)

La Banque Mondiale et l'agriculture

Une des activités organisées dans le cadre du Mois des services 1992 est un atelier explorant les débouchés existant à la Banque mondiale pour les consultants en agriculture.

L'atelier se déroulera à l'hôtel Royal York de Toronto le 7 décembre 1992 et fera appel à des conférenciers attachés à la Banque mondiale, à des entreprises privées de service-conseil, à l'ambassade du Canada à Washington, à l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et à d'autres organismes du gouvernement offrant des programmes d'aide et d'appui aux exportateurs de services.

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC),

l'Institut agricole du Canada et l'Association canadienne des agrologues-conseils coparrainent ces ateliers.

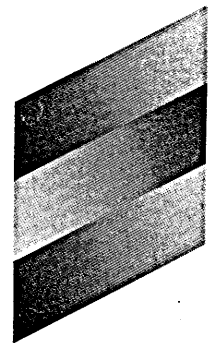
Bien que cette activité ait lieu uniquement à Toronto, toutes les entreprises-conseil canadiennes intéressées aux marchés des pays en voie de développement sont invitées à participer. Quoiqu'il n'y ait pas de frais d'inscription, le nombre de places est restreint. On recommande aux consultants de s'inscrire — les premiers arrivés seront les premiers servis — afin de réserver leur place.

Pour obtenir une copie du programme de l'atelier ou un formulaire d'inscription, on est prié de communiquer avec David Mullen. Tél. : (613) 954-2946. Fax : (613) 941-8464.

DANS CE NUMÉRO

Canada/Cuba/Mesures É.-U.	2
Des salons de Kiev à Shanghai ...	4
Missions NEEF	5
Programmes d'exportation et d'investissement d'AECEC	6
Secteurs prioritaires au Mexique 7	

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DORS/92-584; le 9 octobre, 1992

Afin de rejoindre autant de gens d'affaires que possible, la Cour fédérale du Canada a ordonné à CanadExport de publier ce qui suit :

LOI SUR LES MESURES EXTRATERRITORIALES ÉTRANGÈRES

Arrêté 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis)

Attendu que les États-Unis se proposent de prendre une mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi intitulée National Defence Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui touche l'article 515.559 du règlement intitulé Cuban Assets Control Regulations, 31 C.F.R., partie 515, et qui constitue une mesure dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba;

Attendu que la procureure générale du Canada estime que cette mesure est susceptible de porter atteinte, dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba, à d'importants intérêts canadiens touchant une activité exercée en tout ou en partie au Canada ou, d'une façon générale, est susceptible d'empiéter sur la souveraineté du Canada,

À ces causes, avec le consentement de la secrétaire d'État aux Affaires extérieures et en vertu de l'article 5 de la Loi sur les mesures extraterritoriales étrangères, la procureure générale du Canada abroge l'Arrêté de 1990 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis), pris le 31 octobre 1990*, et prend en remplacement l'Arrêté enjoignant à toute personne se trouvant au Canada de donner avis des communications se rapportant à une mesure extraterritoriale des États-Unis qui porte atteinte au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba et de se soustraire à ces mesures, ci-après.

Ottawa, le 9 octobre 1992

La procureure générale du Canada
KIM CAMPBELL

Consentement de :

La secrétaire d'État aux Affaires extérieures
BARBARA McDUGALL
SOR/DORS/92-584

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ARRÊTÉ ENJOIGNANT À TOUTE PERSONNE SE TROUVANT AU CANADA DE DONNER AVIS DES COMMUNICATIONS SE RAPPORTANT À UNE MESURE EXTRATERRITORIALE DES ÉTATS-UNIS QUI PORTE ATTEINTE AU COMMERCE OU AUX ÉCHANGES ENTRE LE CANADA ET CUBA ET DE SE SOUSTRAIRE À CES MESURES

Titre abrégé

1. Arrêté de 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis).

Définitions

2. Les définitions qui suivent s'appliquent au présent arrêté.
«mesure extraterritoriale des États-Unis» Mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi des États-Unis intitulée National Defense Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui prévoit s'appliquer à tout commerce ou à tout échange entre le Canada et Cuba. (extraterritorial measure of the United States)

«personne morale» Personne morale enregistrée ou constituée sous le régime des lois du Canada ou d'une province qui exerce une activité en tout ou en partie au Canada. (corporation)

Avis

3. Toute personne morale et tout dirigeant d'une personne morale qui, relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, reçoivent des directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à la mesure extraterritoriale des États-Unis et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de la personne morale doivent en informer le procureur général du Canada.

Obligation

4. Toute personne morale est tenue de se soustraire à la mesure extraterritoriale des É.-U. relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, ainsi qu'aux directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à cette mesure et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de cette personne morale.

* DORS/90-751, Gazette du Canada
Partie II, 1990, p. 4918

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des sociétés énumérées ci-dessous avant de s'engager avec elles.

CHINE (République populaire) — Les sociétés canadiennes désireuses d'exporter leurs **technologies** et leurs **produits** en Chine, le plus vraisemblablement au sein d'une **co-entreprise**, peuvent communiquer avec Zhang Mao, directeur général de la Strain Eighth Co. (Canada), pièce 1, n° 3, voie 1640, chemin Nanjing ouest, Shanghai, Chine 200040. Tél. : 8621-2533551. Fax : 8621-3248360 Ma Xinkui, a/s Shao Zhixiong.

JORDANIE — L'ambassade du Canada à Amman signale qu'un certain nombre d'investisseurs jordaniens sont à la recherche d'usines à prix de revient bas et de chaînes de fabrication complètes qui soient d'occasion, mais en bon état de fonctionnement. On a notamment besoin de ce qui suit : usines de première transformation et de préparation des aliments; produits en plastique; appareils sanitaires; ampoules électriques et tubes fluorescents; peintures; produits chimiques; fournitures médicales à usage unique; filtres d'automobile; radiateurs; pièces de rechange. Les intéressés peuvent présenter leurs offres à l'ambassade du Canada, qui les transmettra à des clients et à des investisseurs jordaniens pour étude et, éventuellement, négociations directes avec les fournisseurs. Pour renseignements : Sahid Museitif, agent commercial principal, Ambassade du Canada, CP 815403, Amman, Jordanie. Tél. : (011-962-6) 666-124. Fax : (011-962-6) 689-227. Téléx : (Code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

NICARAGUA — Une société locale souhaite mettre en place un plan de **partenariat** ou d'**investissement** pour terminer la deuxième phase d'un com-

plexe d'aménagement touristique. Pour renseignements : Antonio Barberena Salinas, Del Calvario 2 Cuadras al Oeste, Jinotepe, Carazo, Nicaragua, Central America. Tél. : (011-505-2) 41-737.

TANZANIE — Un petit confectionneur souhaite monter une coentreprise avec un fabricant canadien de textiles et de vêtements. La société met l'accent sur la création d'une usine de tricots pou-

vant produire 600 000 tee-shirts et autres tissus maillés par an. Il s'agirait d'investir dans une gamme étendue de **machines à tisser, à coudre et autres, de matériel d'usine et de personnel technique.** Pour renseignements : Raza Kara, directeur général, Teena Garments Manufacturers Ltd., B.P. 5416, Dar-es-Salaam, Tanzanie. Tél. : 63786. Fax : (255) (051) 46150/62409. Télégramme/câble : DAR ES SALAAM (TEENAGAM).

CONTRATS DÉCROCHÉS

Les architectes **Bregman et Hamann** remportent un concours de design pour un aéroport chinois.

L'aéroport international Xiamen Gaoqi, situé dans la province de Fujian, en Chine, a confié la conception de sa nouvelle aérogare à la B + H Architects International Inc., de Toronto, dans le cadre d'une coentreprise avec l'Institut de design-architecture de Chine de l'Est. Cette société était le seul bureau d'études de l'Ouest dont la candidature ait été retenue par le jury, qui était composé de spécialistes du Bureau d'administration de l'aviation nationale de la RPC et de l'Institut de design de l'aviation civile. Les travaux de construction de la nouvelle aérogare devraient débiter cette année. Une fois terminée, l'aérogare traitera de huit à dix millions de passagers par an.

Canatom, en collaboration avec **Energie atomique du Canada limitée (EAEL)**, Montréal, vient d'obtenir un contrat pour la construction de deux nouvelles centrales CANDU en Corée du sud, Wolsong 3 et 4. Canatom participera à l'ingénierie, à l'approvisionnement et à la gérance de la construction, un contrat évalué à environ 40 millions \$ et qui s'étendra sur les

quatre ou cinq prochaines années.

COM DEV Ltd., Cambridge (Ontario) a obtenu un contrat de sept millions de dollars de la société Alenia Spazio, de Rome (Italie), pour la fourniture d'unités embarquées de traitement de signaux pour la charge utile de télécommunication qui sera utilisée sur le satellite mobile de l'Agence spatiale européenne. Chef de file mondial dans la mise au point d'unités de traitement de signaux, COM DEV est la seule compagnie nord-américaine à participer à ce projet parrainé par l'Agence spatiale européenne.

SR Telecom Inc. (SRT), de Montréal, a décroché un contrat de 1,6 million de dollars (1,4 million de dollars US) dans le cadre d'un projet en cours, destiné à assurer un service téléphonique primaire et à développer les installations téléphoniques actuelles au Botswana. SRT conçoit, fabrique et commercialise des produits hyperfréquences point à multipoints servant à assurer et à améliorer les services téléphoniques en région isolée. La société est un chef de file mondial dans ce domaine et ses systèmes sont actuellement utilisés dans 68 pays.

Exposition sur les matières plastiques

Shanghai — Cette ville, capitale industrielle de la Chine et centre de production des matières plastiques le plus important du pays, tiendra du 20 au 24 mai 1993 sa 8^e Exposition sur les matières plastiques et caoutchoucs (Chinaplas'93).

Les sociétés canadiennes, qui sont invitées à y participer, auront ainsi l'occasion d'y faire des incursions dans les secteurs des matières plastiques (on prévoit une croissance annuelle de 8 p. 100 d'ici 1995) et des caoutchoucs (croissance annuelle de 5 p. 100 jusqu'en 1995). L'exposition de l'an dernier, à laquelle participait le Canada, avait réuni 149 exposants (dans 81 p. 100 des cas, ils n'en étaient pas à leur première participation, et 98 p. 100 d'entre eux s'étaient déclarés satisfaits des résultats obtenus. L'exposition avait attiré 59 000 visiteurs en provenance de 18 pays.

Sont exposés des machines, des moules et des accessoires; du matériel auxiliaire pour usines d'extrusion; des presses; des machines à souffler; des machines pour la fabrication de la

mousse et le traitement des résines actives; des machines de postfinition et à imprimer; des machines de post-traitement; ainsi que des matières premières et des auxiliaires.

Pour obtenir des formulaires de participation ou de réservation et de plus amples renseignements, communiquer avec Chinaplas'93, Adsale Exhibition Services Ltd., 21/F, 109-111, Gloucester Road, Wanchai, Hong-Kong. Tél. : 852-511-5011. Télex : 63109 ADSAP HX. Fax : 852-507-5014.

Pour obtenir des renseignements d'ordre général, communiquer avec Robert LeBlond, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6987. Fax : (613) 996-4309.

Les intéressés peuvent aussi communiquer avec Gilles Potvin, troisième secrétaire (Commerce), à l'Ambassade du Canada, 19 Dongzhimenwai Dajie, district de Chao Yang, Beijing PRC 100600. Tél. : 22717 CANAD CN. Fax : (861) 532-4072.

À Kiev, pleins feux sur les télécommunications

Les sociétés canadiennes auront l'occasion de manifester leur savoir-faire en matière de télécommunications, d'établir des liens commerciaux et de "hisser le drapeau" du 9 au 12 mai 1993.

C'est en effet la période choisie par l'Université de Kiev pour tenir sa première Foire-conférence annuelle des télécommunications et de l'information (NeoCom'93).

Les organisateurs de la manifestation font valoir que l'Ukraine, qui compte plus de 51 millions d'habitants et possède un territoire grand comme la France, consacrera plus de 10 milliards de dollars au développement des télécommunications d'ici l'an 2000.

Ils font également valoir que les anciens fournisseurs militaires ukrainiens en matière de télécommunications se

sont joints au secteur privé et qu'ils sont actuellement à la recherche de coentrepreneurs partout où il y a des débouchés dans les domaines des télécommunications cellulaires, par satellites, par fibres optiques ainsi que de la radio-télévision.

En raison de leur expertise avancée et des liens traditionnels qui unissent le Canada et l'Ukraine, les sociétés canadiennes sont bien placées pour percer dans ce marché régional en croissance.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les prix ou les modalités de participation à NeoCom'93, communiquer avec le représentant canadien de la Foire, Ross A. Cowan, RAC Marketing & Associates Inc., 81, Ramsgate, Ottawa (Ontario) K1V 8M4. Tél. : (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

Porte ouverte sur l'Amérique latine

Panama - Pour la huitième année consécutive, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera à une foire commerciale internationale unique qui présentera des produits du monde entier et réunira des acheteurs de nombreux pays.

EXPOCOMER 93, qui aura lieu à Panama du 10 au 15 mars 1993, revêtera un intérêt particulier pour les compagnies canadiennes de l'agro-alimentaire et de la construction, les fabricants d'ordinateurs, les fabricants d'accessoires automobiles, les fournisseurs d'ordinateurs et d'articles de bureau, ainsi que les compagnies oeuvrant dans les télécommunications et les soins médicaux.

EXPOCOMER est une des foires commerciales les plus importantes en Amérique latine. Cela vaut la peine d'y participer pour les raisons suivantes :

- c'est une façon de se renseigner sur les immenses marchés de plus en plus ouverts des Antilles, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud;
- la zone libre de Colon, la deuxième en importance après celle de Hong Kong, accroît les possibilités offertes aux exportateurs canadiens dans la région et sert de tremplin pour le reste de l'Amérique centrale.

- les entreprises canadiennes qui ont participé aux foires précédentes ont acquis des marchés nouveaux et lucratifs et sont maintenant bien placées dans toute l'Amérique centrale. Les autres participants pourraient connaître le même succès.

Pour plus de renseignements sur EXPOCOMER 93, communiquer avec Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et l'Amérique centrale (LGT), AECEC, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460, fax : (613) 943-8806.

On peut également se procurer des renseignements directement auprès de Manuel Ruiz, ambassade du Canada, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 55-35-22. Téléc. : (506) 23-23-95.

Nouveaux exportateurs vers les états frontaliers

Le Programme Nouveaux Exportateurs aux États frontaliers (ou NEEF) est un cours intensif destiné aux représentants de petites et moyennes entreprises canadiennes sur les aspects essentiels de l'exportation vers les États-Unis. Il offre des renseignements pratiques sur l'exportation ainsi qu'une expérience directe sur un marché situé à proximité dans un État frontalier américain. S'adresser au Centre du commerce international (CCI) le plus proche, afin de vous renseigner plus en détail sur les initiatives NEEF. Les CCIs sont localisés conjointement dans les bureaux d'Industrie, Science et Technologie Canada (ISTC).

NEEF en Nouvelle-Angleterre (Boston)

- En provenance de Montréal et de l'est du Canada. **Logiciel.** Du 12 au 14 janvier 1993. Pour renseignements : Huguette Lanoue, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3650.
- En provenance de Moncton (N.-B.) et du Canada Atlantique. **Services de commercialisation interculturels.** Du 26 au 28 janvier 1993. Pour renseignements : Ben Hong, CCI, Moncton. Tél. : (506) 851-6696.
- En provenance de Halifax (N.-É.) et du Canada Atlantique. **Secteur des produits alimentaires.** Du 1er au 4 février 1993. Pour renseignements : Kirsten Tisdale, CCI, Halifax. Tél. : (902) 426-9957.
- En provenance de Laval ou de Saint-Jean (Québec). **Multisectoriel.** Dates à préciser. Pour renseignements : Huguette Lanoue, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3650.
- En provenance de Moncton (N.-B.) et du Canada Atlantique. **Secteurs des matériaux et du transfert de technologies.** Février (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Claude Lapointe, CCI, Moncton. Tél. : (506) 851-6445.
- En provenance de Montréal et de l'est du Canada. **Secteur de la biotechnologie.** Du 2 au 4 mars 1993. Pour renseignements : Huguette Lanoue, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3650.
- En provenance de St. John's (T.-N.) et de l'est du Canada. **Secteur des poissons et fruits de mer.** Du 15 au 18 mars 1993. Pour renseignements : Paul Rose, CCI, St. John's. Tél. : (709) 772-4864.

NEEF à Buffalo

- En provenance du centre de l'Ontario. **Multisectoriel.** Les 24 et 25 mars 1993. Pour renseignements : Bob Garcia, CCI Ontario. Tél. : (416) 325-6859; ou Renée Lazarz, Consulat général du Canada à Buffalo (N.Y). Tél. : (716) 852-1247.
- En provenance de Saint-Jean (Québec). **Banque fédérale de développement.** Mai (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Paul Delaney, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3531; ou André Aura, Nouveaux Exportateurs de Saint-Jean (Québec). Tél. : (514) 359-9999.

NEEF à Detroit

- En provenance du Québec et de l'Ontario. **Fabricants de chaussures.** Le 9 janvier 1993. Pour renseignements : Anne Cascadden, Consulat général du Canada à Detroit. Tél. : (313) 567-2340.
- En provenance de l'Ontario. **Fabricants de pièces et ac-**

cessoires d'automobile. Le 19 février 1993. Pour renseignements : Ron Biddle, Consulat général du Canada à Detroit. Tél. : (313) 567-2340.

- En provenance du centre et du sud-ouest de l'Ontario. **Multisectoriel.** Les 23 et 24 février 1993. Pour renseignements : Bob Garcia, CCI Ontario. Tél. : (416) 325-6859.
- En provenance de l'Ontario. **Fabricants de comestibles.** Les 10 et 11 mars 1993. Pour renseignements : Maureen Angus, Agriculture Ontario. Tél. : (416) 861-2400.

NEEF à Minneapolis

- En provenance de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba. **Logiciel.** Du 16 au 18 février 1993. Pour renseignements : Chuck McGriff, Consulat général du Canada à Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641. Au Manitoba, Dick Davis, CCI, Winnipeg. Tél. : (203) 983-4586. En Saskatchewan, David Dix, CCI, Saskatoon. Tél. : (306) 975-4343.
- En provenance de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba. **Matériaux de construction.** Du 3 au 5 mars 1993. Pour renseignements, voir ci-dessus.
- En provenance du nord-ouest de l'Ontario. **Généralités (multisectoriel).** Les 10 et 11 mars 1993. Pour renseignements : Dana Doyle, Consulat général du Canada à Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641.

NEEF à Seattle

- En provenance de Vancouver (C.-B.), de l'Alberta et d'ailleurs dans les provinces de l'Ouest. **Matériel d'exploitation minière.** Décembre (date à préciser) 1992. En Colombie-Britannique, la personne à demander est Rick Stephenson, CCI, Vancouver. Tél. : (604) 666-1443. En Alberta, la personne à demander est Neil VanBostelen, CCI, Edmonton. Tél. : (403) 495-4414; ou Audrey Albright, Développement économique et Commerce Alberta. Tél. : (403) 427-4809.
- En provenance de Vancouver (C.-B.), de l'Alberta et d'ailleurs dans les provinces de l'Ouest. **Logiciel.** Janvier (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Stephenson, VanBostelen ou Albright, aux numéros de téléphone susmentionnés.
- En provenance de Vancouver (C.-B.), de l'Alberta et d'ailleurs dans les provinces de l'Ouest. **Marine et embarcations de plaisance.** Janvier (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Stephenson, VanBostelen ou Albright.

Services financiers et services aux entreprises :

Une Division qui prend les affaires en main

On reconnaît de plus en plus l'importance du secteur des services dans l'économie canadienne et dans le commerce extérieur.

Les industries canadiennes de services comptent pour 66 p. 100 du produit intérieur brut et pour plus de 71 p. 100 des emplois. De plus, il est possible d'accroître fortement les ventes à l'étranger dans ce secteur, particulièrement dans le cadre de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis (ALE) et de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Parmi les services d'une importance particulière, mentionnons les services d'ingénieurs-conseils et de conseil en gestion, la formation, les services financiers, les communications et les transports.

Un secteur des services dynamique est crucial pour assurer la compétitivité des secteurs primaire, industriel et autres pour qui les services sont des facteurs de production. Il contribue ainsi à la compétitivité des industries et facilite la pénétration de la technologie et du matériel canadiens sur les marchés étrangers.

La création de la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF) au sein d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) témoigne de l'importance des exportations de services. Cette direction est devenue pour AECEC le centre de coordination des questions relatives au financement des exportations et aux institutions financières internationales.

TPF s'occupe également des services d'ingénieurs-conseils, d'architecture et de construction, des sociétés commerciales, des services d'éducation et de formation, des services financiers et juridiques, des services de comptabilité, ainsi que des services de conseil en gestion, de publicité, de santé et de distribution. Parmi les récentes activités de TPF, notons la première mission dans le domaine des services commer-

ciaux en Europe centrale et en Europe de l'Est. Cette mission était formée de représentants du secteur des services financiers, des services juridiques et des services de conseil de gestion, d'éducation et de formation. TPF a aussi dirigé un programme pancanadien de colloques visant à faire connaître l'aide financière offerte au secteur des services.

Dans le cadre de *VisionExport 92* qui a eu lieu au mois dernier, TPF a organisé des rencontres concernant le volet «services» de l'ALENA, des séminaires qui se tenaient dans six grandes villes du pays.

En plus de se charger de ces activités

commerciales particulières, la Direction coordonne la préparation de rapports contenant de l'information commerciale sur le secteur des services dans d'autres pays, transmet cette information à l'industrie et coordonne les activités liées au Mois national des services d'AECEC.

Pour de plus amples renseignements sur l'aide que TPF peut apporter aux entreprises de services, veuillez communiquer avec Marie-Lucie Morin, Directrice, Direction des services financiers et des services aux entreprises, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Téléphone : (613) 996-6210. Télécopieur : (613) 943-1100.

Prix décernés au secteur privé

Les premiers **Prix canadiens d'excellence pour l'apport du secteur privé au développement** ont été remis récemment dans le cadre des 9^e consultations annuelles entre l'Association des exportateurs canadiens (AEC) et l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Les prix sont une initiative de l'AEC visant à souligner l'importance et l'excellence de la contribution du secteur privé au développement international.

Les lauréats de 1992 ont été choisis par un comité de sélection qui a examiné 57 projets provenant de 45 entreprises canadiennes.

• **Le prix d'ingénierie** (commandité par le Groupe SNC) a été remis ex aequo à **Reid Crowther International Limited**, de Calgary (pour approvisionner en eau les huit millions d'habitants de Lagos, au Nigeria); et à la société **Novaport** de Halifax (pour l'étude de faisabilité, la conception et la gestion du projet d'agrandissement du port de chargement et de plaisance à Dominica, dans les Antilles).

• **Le prix de la coopération industrielle** (commandité par Northern

Telecom) a été décerné à **Coopers & Lybrand**, de Toronto (pour son travail en faveur de l'établissement d'une bourse des valeurs mobilières au Ghana).

• **Le prix de l'environnement** (commandité par **Babcox & Wilcox**) a été décerné à la **Société d'ingénierie Cartier Limitée**, de Montréal (pour un projet au Burundi et au Niger consistant dans la production et la commercialisation de combustibles provenant de la dévolatation du charbon et de la tourbe afin de parer aux ravages de la déforestation).

• **Le prix du transport** (commandité par **General Motors du Canada Limitée**) a été accordé à **Canac International Inc.**, de Montréal (pour un projet d'adaptation du système d'inventaire du dépôt de CN Rail à la Société des chemins de fer de la Chine).

En remettant les prix, Monique Landry, ministre des Relations extérieures et du Développement international, a souligné que «le secteur privé du Canada est un partenaire indispensable aux efforts de développement ...

(Voir page 7 : Prix décernés.)

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1er octobre 1992 (vol. 10 no 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le sixième et dernier article de la série, qui porte respectivement sur le secteur des télécommunications. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

TÉLÉCOMMUNICATIONS (Technologie de pointe et électronique)

Les composants électroniques, le matériel et les systèmes de télécommunications ainsi que les logiciels sont les secteurs qui présentent le plus de potentiel pour les entreprises canadiennes.

Le Mexique dépend beaucoup des importations pour répondre aux besoins de son industrie en produits et composants de haute technologie.

Le gouvernement mexicain et le secteur privé se sont engagés sur la voie de la modernisation des infrastructures afin de relever le niveau technologique des capacités de production et d'améliorer la position économique du pays.

L'industrie mexicaine des télécommunications subit actuellement des changements profonds. La déréglementation et la privatisation en sont les facteurs cruciaux, qui ouvrent la voie aux investissements et aux services du secteur privé dans des domaines tels que la téléphonie cellulaire, la construction et la gestion de stations terrestres à hyperfréquences, les transmissions par télécopieur, le courrier électronique et les services de transmission de données.

Le marché mexicain des télécommunications était évalué en 1989 à 557,7 millions de dollars américains et a connu une hausse de 48,5 p. 100 l'année suivante, passant à 828,2 millions de dollars. On s'attend à ce que la consommation apparente totale enregistrée de 1990 à 1994 une augmentation moyenne de 12 p. 100 par année, pour atteindre en 1994 une valeur de 1 303,2 millions de dollars US.

Au cours des cinq prochaines années, le marché mexicain des télécommunications devrait connaître une croissance rapide en raison de la privatisation de TELMEX, de la déréglementation du secteur et d'une demande accrue pour la technologie récente, à mesure que les entreprises mexicaines se tournent vers les marchés internationaux. L'importation de pièces représente également des débouchés intéressants, puisque la plupart des composants des produits fabriqués au Mexique sont importés.

Les importations de composants électroniques ont totalisé 97,9 millions de dollars US en 1987 et enregistré une hausse imprévue de 35 p. 100 en 1988, passant à 132,2 millions, résultat des politiques mexicaines de libéralisation des échanges commerciaux. En 1990, les importations ont at-

teint 166 millions de dollars US. Les produits suivants des fournisseurs canadiens offrent les meilleurs débouchés commerciaux au Mexique : blocs d'alimentation, cartes nues, faisceaux de câbles, circuits intégrés, circuits multicouches, tubes électroniques, câbles et connecteurs, connecteurs multiples, relais, commutateurs, résistances, condensateurs, semiconducteurs, transistors, inducteurs et diodes.

Le marché des ordinateurs a connu ces dernières années le plus fort taux de croissance de tous les secteurs industriels mexicains, soit une hausse annuelle estimée à 30 p. 100 depuis 1983. Les importations de matériel informatique ont augmenté de 20 p. 100 par année au cours de cette période. Les ventes de logiciels ont enregistré de 1984 à 1989 une hausse annuelle moyenne de 22 p. 100. Les achats de logiciels au Mexique étaient évalués à 127,3 millions de dollars US en 1988 et à 159,1 millions en 1989. On prévoit une croissance annuelle de ce marché de 23 p. 100 en moyenne, qui devrait atteindre 296,7 millions de dollars US à la fin de 1992. Les micro-ordinateurs représentent une part de 53 p. 100 du marché total des logiciels, les mini-ordinateurs, 30 p. 100 et les ordinateurs centraux, 17 p. 100. On estime qu'au cours des cinq prochaines années, les ventes de logiciels augmenteront à un rythme annuel de 36 p. 100 pour les micro-ordinateurs, de 17 p. 100 pour les mini-ordinateurs et de 11 p. 100 pour les ordinateurs centraux.

Prix décernés (Suite de la page 6.)

un acteur de premier plan pour favoriser le développement durable des pays du tiers monde.»

La remise des prix de 1993 aura lieu dans le cadre des 10e consultations ACDI/ACE, qui se tiendront à Ottawa le printemps prochain. La date limite de réception des candidatures est le 31 janvier 1993.

Pour plus de renseignements sur les prix ou pour recevoir un formulaire de demande pour les prix de 1993, communiquer avec Paule Charest, Association des exportateurs canadiens, 19, chemin du Ravin, Sainte-Thérèse (Québec), J7E 2T5. Tél. : (514) 434-4196. Téléc. : (514) 430-5684.

PUBLICATIONS

Mexique

Les exportateurs, les fabricants, les départements de marketing, les équipes de vente et les conseillers en ventes et, en fait, toutes les industries que l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) est susceptible d'influencer pourront vraisemblablement tirer parti du guide *Doing Business in Mexico, A Comprehensive Guide to the Mexican Marketplace*. Ce guide, vendu 79,95 \$ et présenté sous forme de classeur (pour une mise à jour facile), offre des renseignements utiles à toute entreprise voulant profiter de ce marché de plusieurs milliards de dollars. Il aborde, entre autres sujets, les règlements commerciaux, les stratégies de marketing au Mexique, les règlements et des renseignements utiles concernant l'accès, les façons de mener des négociations au Mexique, le commerce de contrepartie, les programmes offerts par les gouvernements fédéral et provin-

ciaux, et les contacts.

Le même éditeur publie *Business Mexico* (125 \$ pour 12 numéros), un bulletin mensuel qui offre des renseignements d'actualité sur divers sujets : négociations entourant l'ALENA, séminaires, expositions et débouchés commerciaux, voyages, et affaires.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires concernant ces publications ou l'ouvrage *Image Library* (49,95 \$), un document offrant des cartes des États du Mexique en mode point et en format PCX pour compatibles IBM, on doit communiquer avec International Marketing Publications (IMP), C.P. 359, Carleton Place (Ontario), K7C 3P4. Tél. : (613) 257-2601. Fax : (613) 253-8473.

Des liens dans le monde entier

Les propriétaires de petites et moyennes entreprises constituent la principale cible de la revue *International Business*

Communications (IBC), lancée en octobre et qui sera publiée six fois par année. L'abonnement est de 60 \$. La publication vise à promouvoir le commerce international en mettant l'accent sur les pays qui offrent des possibilités commerciales exceptionnelles. Le premier numéro est axé sur le développement commercial en Inde et comprend un article rédigé par le ministre du Commerce extérieur Michael Wilson. Les prochains numéros de la revue mettront l'accent sur le Canada, la Malaisie, l'Indonésie, les Philippines et l'Amérique latine. Dans chaque pays présenté, IBC conclut des accords de vente et de distribution. Le magazine, qui tirera au début à 12 000 exemplaires, est fourni — par l'intermédiaire des ambassades canadiennes et des commissions commerciales — à des petites entreprises et à des communicateurs d'entreprise du monde entier. Pour plus de renseignements, téléphoner (à Toronto) au 416-256-2093 ou envoyer un message par fax au (416) 787-7587.

Singapour (Suite de la première page.)

maines de débouchés pour les sociétés canadiennes sont la technologie de l'information et les produits électroniques; le matériel et les services environnementaux; l'agriculture et les produits alimentaires; les systèmes et le matériel de transport; les produits et les services de défense; ainsi que le matériel et les services d'exploitation du pétrole et du gaz naturel.

Renseignements

Les sociétés désireuses d'en savoir plus sur les débouchés à l'exportation ou sur les foires commerciales qui

ont lieu à Singapour peuvent communiquer avec le Haut Commissariat du Canada, 80 Anson Road, # 14-00 et 315-00, IBM Tower, Singapour 0207. Tél. : 011-65-225-6363. Fax : 011-65-225-2450.

Pour des renseignements d'ordre général sur Singapour ou des exemplaires d'études de marché portant sur certains secteurs : Ted Weinstein, Direction de l'expansion du commerce en Asie du Sud-Est (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Fax : (613) 996-4309/952-3904.

Déménagement du Bureau de la production de défense

Le Bureau canadien de la production de défense (BCPD) a emménagé dans le Bureau commercial du gouvernement canadien, Édifice GSB, One Belmont Avenue, pièce 611, Bala Cynwyd, Philadelphie (Pennsylvanie) 29004, États-Unis. Tél. : (215) 667-8210. Fax : (215) 667-8148. Les anciens locaux du BCPD ont été conservés et il est toujours possible de composer le (215) 697-1264 ou d'utiliser le numéro de fax (215) 697-1265.

InfoExport

Dept. of External Affairs

Min. des Affaires extérieures

NOV 20 1992

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CAI
EA
C.16f
#21
1992
C.1
DOCS

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

LATEST ISSUE
DERNIER
NUMÉRO

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°21

15 décembre 1992

De l'aide en suppléments ...

Dans notre édition du 2 novembre, c'était le supplément *AgExport*; aujourd'hui, c'est au tour de l'ACDI, et d'autres suivront. Oui : *CanadExport* ouvre dorénavant ses pages à d'autres ministères et agences du gouvernement fédéral. Pourquoi?

Il n'est pas inutile de rappeler que *CanadExport*, publication d'Affaires extérieures et Commerce international Canada, a comme mandat de contribuer à l'accroissement des exportations canadiennes. Nous livrons la marchandise de deux façons: d'abord en informant nos lecteurs sur les politiques et programmes du gouvernement et plus particulièrement de ce ministère en matière d'appui au commerce international; ensuite, en les informant sur le potentiel commercial relevé dans le monde par notre réseau de postes.

L'ACDI

Supplément : pp. I - IV

La collaboration extra-muros s'inscrit dans le premier volet de notre action. D'autres organismes que le nôtre développent des programmes qui pourront vous être utiles dans votre stratégie d'exportation. Nos suppléments vous simplifieront la cueillette d'informations, un exercice trop souvent source de frustration pour les gens d'affaires, étant donné la multiplicité et la disparité des programmes gouvernementaux d'aide à l'entreprise. Disons qu'ils s'agit de la réponse de *CanadExport* aux constatations du Comité directeur de la prospérité, qui déplorait l'existence de plus de 400 divers programmes d'aide aux divers paliers gouvernementaux. Ou d'un cadeau à nos lecteurs, cadeau qui se répétera à quelques reprises durant la nouvelle année!

Canada-Mexique :

Partenariat pour la réussite

Le Mexique, ce marché de 85 millions personnes, offre aux entreprises canadiennes une grande variété de débouchés d'exportation. Grâce à un programme réussi de réformes structurelles et à un taux de croissance économique parmi les plus élevés du monde, on assiste à un accroissement de la prospérité et à une demande accrue des consommateurs, en grande partie dirigée vers les biens et services étrangers.

Les entreprises canadiennes qui ont opté pour le marché mexicain ont appris comment relever ces défis et récoltent déjà des profits substantiels. Les exportateurs canadiens doivent agir immédiatement s'ils désirent saisir les nouveaux débouchés qui résulteront de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Toutefois, ces débouchés comportent inévitablement une part de risque. C'est ainsi que pour aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence au Mexique, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), conjointement avec la Banque de Montréal et l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), a fait publier un guide global, *Mexique-Canada : Partenariat pour la réussite*. Se fondant sur les exemples des sociétés canadiennes déjà actives sur ce marché, le guide décrit, en 10 chapitres, le milieu des affaires au Mexique, les débouchés offerts et la meilleure façon de les exploiter.

Partenariat pour la réussite montre l'importance d'établir des alliances stratégiques pour réussir à percer dans l'environnement commercial mexicain. On peut s'associer avec un agent, un

distributeur ou un partenaire dans le cadre d'une co-entreprise. Le guide explique comment créer de bons contacts au Mexique, comment négocier des accords qui soient mutuellement avantageux et comment éviter les pièges courants. Les exportateurs trouveront également dans ce document des sections qui les aideront à mettre au point une stratégie d'exportation, ainsi que des renseignements sur un certain nombre de lois et de règlements mexicains pouvant influencer sur les exportations et sur la conduite des affaires avec des sociétés mexicaines.

Meilleurs Vœux!
CanadExport

de retour le 15 janv. 1993



tateurs trouveront également dans ce document des sections qui les aideront à mettre au point une stratégie d'exportation, ainsi que des renseignements sur un certain nombre de lois et de règlements mexicains pouvant influencer sur les exportations et sur la conduite des affaires avec des sociétés mexicaines.

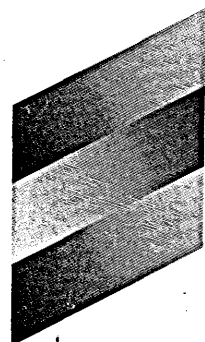
Pour obtenir des exemplaires de *Mexique-Canada : Partenariat pour la réussite*, s'adresser :

- au bureau de l'APECA le plus proche dans les Maritimes;
- aux directeurs régionaux de financement des opérations commerciales de la Banque de Montréal dans les villes suivantes : Vancouver - Robert Lorenzin, tél. : (604) 665-2740; Montréal - Albert Poirier, tél. : (514) 877-9465; Toronto - Pierre Lambert, tél. : (416) 867-6410; Mexico - Tom Murphy, tél. : (52-5) 203-8211; ou appeler sans frais InfoExport à AECEC, au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000); fax : (613) 996-9709. N'oubliez pas de mentionner le code d'InfoExport (175LF).

DANS CE NUMÉRO

- Canada/Cuba/Mesures É.-U.*2
- Foires : cap vers le sud*3
- Présentations vidéo à Taiwan*4
- Au calendrier*4

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DORS/92-584; le 9 octobre, 1992

Afin de rejoindre autant de gens d'affaires que possible, la Cour fédérale du Canada a ordonné à CanadExport de publier ce qui suit dans deux numéros consécutifs, le premier étant celui du 1er décembre 1992.

LOI SUR LES MESURES EXTRATERRITORIALES ÉTRANGÈRES

Arrêté 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis)

Attendu que les États-Unis se proposent de prendre une mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi intitulée National Defence Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui touche l'article 515.559 du règlement intitulé Cuban Assets Control Regulations, 31 C.F.R., partie 515, et qui constitue une mesure dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba;

Attendu que la procureure générale du Canada estime que cette mesure est susceptible de porter atteinte, dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba, à d'importants intérêts canadiens touchant une activité exercée en tout ou en partie au Canada ou, d'une façon générale, est susceptible d'empiéter sur la souveraineté du Canada,

À ces causes, avec le consentement de la secrétaire d'État aux Affaires extérieures et en vertu de l'article 5 de la Loi sur les mesures extraterritoriales étrangères, la procureure générale du Canada abroge l'Arrêté de 1990 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis), pris le 31 octobre 1990*, et prend en remplacement l'Arrêté enjoignant à toute personne se trouvant au Canada de donner avis des communications se rapportant à une mesure extraterritoriale des États-Unis qui porte atteinte au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba et de se soustraire à ces mesures, ci-après.

Ottawa, le 9 octobre 1992

La procureure générale du Canada
KIM CAMPBELL

Consentement de :

La secrétaire d'État aux Affaires extérieures
BARBARA McDOUGALL
SOR/DORS/92-584

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ARRÊTÉ ENJOIGNANT À TOUTE PERSONNE SE TROUVANT AU CANADA DE DONNER AVIS DES COMMUNICATIONS SE RAPPORTANT À UNE MESURE EXTRATERRITORIALE DES ÉTATS-UNIS QUI PORTE ATTEINTE AU COMMERCE OU AUX ÉCHANGES ENTRE LE CANADA ET CUBA ET DE SE SOUSTRaire À CES MESURES

Titre abrégé

1. Arrêté de 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis).

Définitions

2. Les définitions qui suivent s'appliquent au présent arrêté.
«mesure extraterritoriale des États-Unis» Mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi des États-Unis intitulée National Defense Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui prévoit s'appliquer à tout commerce ou à tout échange entre le Canada et Cuba. (extraterritorial measure of the United States)

«personne morale» Personne morale enregistrée ou constituée sous le régime des lois du Canada ou d'une province qui exerce une activité en tout ou en partie au Canada. (corporation)

Avis

3. Toute personne morale et tout dirigeant d'une personne morale qui, relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, reçoivent des directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à la mesure extraterritoriale des États-Unis et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de la personne morale doivent en informer le procureur général du Canada.

Obligation

4. Toute personne morale est tenue de se soustraire à la mesure extraterritoriale des É.-U. relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, ainsi qu'aux directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à cette mesure et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de cette personne morale.

* DORS/90-751, Gazette du Canada
Partie II, 1990, p. 4918



LES AFFAIRES ET LE DÉVELOPPEMENT

Vol. 1 N° 1

15 décembre 1992

Message de la Ministre

Les temps ont beaucoup changé depuis l'époque où l'aide au développement se faisait essentiellement de gouvernement à gouvernement. Le secteur privé s'est affirmé comme un acteur de premier plan de la coopération pour le développement.

L'ACDI continue d'encourager le secteur privé à participer davantage à son action en faveur du développement. Nous avons constaté que l'on fait plus de progrès sur la voie du développement durable lorsque tout le monde est partie prenante au processus et que chacun en retire des bénéfices. Ce constat s'applique tout autant aux citoyens canadiens qu'à nos partenaires des pays en développement.

C'est avec beaucoup de plaisir que je présente cet encart sur le Programme de coopération industrielle (PCI) de l'ACDI. Le PCI constitue un des nombreux mécanismes auxquels recourt l'ACDI pour faire participer nos compatriotes au développement international.

Par l'intermédiaire du PCI, de nombreux exportateurs canadiens, qui ont fait preuve d'esprit d'entreprise, ont pu à la fois se tailler une place sur de nouveaux marchés et partager leurs compétences avec leurs partenaires des pays en développement.

MONIQUE LANDRY

*Ministre des Relations
extérieures et du Développement
international*

Qu'est-ce que l'ACDI ? Que fait-elle ?

L'Agence canadienne de développement international (ACDI), créée en 1968, est l'organisme du gouvernement fédéral chargé de mettre en oeuvre les politiques du Programme canadien d'aide publique au développement (APD) et d'administrer la majeure partie du budget d'aide au développement, qui s'élevait à 3,1 milliards de dollars en 1991-1992. L'ACDI a pour mission de favoriser le développement durable dans les pays en développement. Une part substantielle du budget de l'APD — elle s'établit à environ à 60 cents par dollar — est dépensée ici même au Canada à des fins d'achat de biens et de services nécessaires à l'exécution de projets à l'étranger. L'ACDI a donc tissé des liens de partenariat avec des Canadiens du secteur privé en vue de la prestation de l'aide au développement fournie par notre pays.

Notre programme de coopération représente un lien important entre le Canada et plus de 100 pays qui comptent environ les quatre cinquièmes de la population mondiale. La coopération pour le développement nous met également en contact avec les marchés qui croissent le plus rapidement dans le monde : ceux des pays en développement, notamment en Asie. Comme les pays en développement l'ont souligné

eux-mêmes : «Après l'aide viennent les échanges commerciaux.» Les rapports qu'établit notre programme d'aide élargissent notre éventail de partenaires commerciaux. Parallèlement, ils favorisent la compétitivité de notre secteur privé à l'échelle planétaire en permettant aux compétences et aux techniques canadiennes de se faire valoir dans l'économie mondiale.

Les programmes de l'ACDI comportent des mesures incitatives visant à soutenir l'investissement dans des entreprises de pays en développement; ils donnent à de nombreuses entreprises canadiennes leur première chance de faire une percée sur les marchés extérieurs. Les programmes de l'ACDI tels que le Programme de coopération industrielle encouragent les accords de coentreprises et les investissements en prenant en charge une partie des coûts et en limitant les risques liés à l'arrivée d'entreprises sur de nouveaux marchés.

Le programme d'aide du Canada sert à la fois nos intérêts nationaux et ceux de la communauté internationale. En bref, notre action en faveur du développement mondial contribue à l'instauration d'un climat international plus favorable dans lequel les Canadiens — et nos partenaires d'autres pays — peuvent prospérer.

Nos friandises, c'est du gâteau en Thaïlande

La société Ganong Brothers Ltd a, grâce au concours financier du PCI, conclu un accord de coentreprise avec une entreprise thaïlandaise, Rubia Industries, filiale de Berli Jucker, afin de fabriquer des confiseries et d'autres produits à base de chocolat.

Le PCI a contribué au financement des études de faisabilité nécessaires ainsi que des recherches sur le marché. Il a

été décidé d'aller de l'avant. Les partenaires thaïlandais et canadien ont partagé les coûts de démarrage et la coentreprise leur appartient à parts égales. L'usine a commencé sa production en juillet 1989, et les ventes ont dépassé un million de dollars au bout des 12 premiers mois. Ganong a réussi à s'implanter sur un marché asiatique

(Voir page IV — Friandises.)

Le programme de coopération industrielle (PCI) de l'ACDI

Depuis sa création en 1978, le PCI de l'ACDI, doté de crédits de 75 millions de dollars, a accordé des mesures incitatives financières à plus de 1 600 entreprises de toutes les régions du pays. Ce soutien a débouché sur des associations de longue durée entre des Canadiens et des partenaires du secteur privé dans les pays en développement. Ces liens de partenariat se sont révélés être des rapports véritablement bénéfiques aux deux parties. Ils permettent aux pays en développement de consolider leurs bases économiques en leur donnant accès à des techniques dont ils ont grandement besoin et que les entreprises canadiennes peuvent leur fournir. Nos compatriotes, de leur côté, obtiennent une expérience du commerce international, un accès à des marchés plus vastes ainsi que des ventes en aval tout en créant des emplois dans notre pays.

Le PCI de l'ACDI traduit la politique du Canada, consistant à soutenir le rôle crucial que joue le secteur privé en faveur du renforcement des économies des pays en développement. Le PCI offre aux entreprises canadiennes un large éventail de mesures incitatives les amenant à partager leurs ressources et techniques de règlement de problèmes avec leurs partenaires du secteur privé dans les pays en développement. Ce faisant, il aide les exportateurs à relever le défi que pose la mise en valeur, sur la scène mondiale, de leur ingéniosité et de leurs connaissances dans l'intérêt des pays d'accueil et du Canada.

Le monde en développement

Les deux grands volets en place sont l'Investissement et les Services professionnels, une aide supplémentaire étant accordée au moyen du programme des Activités spécialisées.

Les programmes axés sur l'investissement offrent trois mécanismes différents qui aident les entreprises canadiennes admissibles, notamment dans le secteur manufacturier, à explorer les possibilités de conclure des accords à long terme de coentreprises avec des

firmes des pays en développement. Un montant maximal de 15 000 \$ peut être consacré à une *Étude exploratoire*, ou à une analyse préliminaire des facteurs et de la situation dans un pays où une association de longue durée est envisagée. Le PCI offre un montant maximal de 100 000 \$ pour effectuer une évaluation plus approfondie, sous forme d'un soutien à une *Étude de viabilité*. Une fois que le concept a été mis au point, l'Agence peut accorder un concours financier jusqu'à concurrence de 500 000 \$ à titre d'*Appui aux projets* en guise d'encouragement à l'investissement à l'étranger. Le PCI partage certains des risques qui ne sont pas normalement liés à des investissements similaires dans les pays en développement.

Les programmes axés sur les services professionnels comprennent cinq mécanismes visant à aider le secteur privé canadien, principalement des firmes

d'experts-conseils, des institutions financières et des associations commerciales à mener des études et à fournir des conseils professionnels à des clients potentiels dans les pays en développement. *L'Étude préliminaire de projets d'infrastructure* (pouvant atteindre 350 000 \$) et *l'Étude détaillée de projets d'infrastructure* (jusqu'à concurrence de 500 000 \$) constituent deux programmes destinés au cofinancement d'études de pré-faisabilité pour le compte de clients potentiels de pays en développement, qui ont obtenu du financement pour leurs éventuels projets d'investissement — habituellement auprès d'une des banques internationales de développement. Par le fait même, les entreprises canadiennes se positionnent en vue d'une action de longue durée à l'étranger si et lorsque cet investissement ou d'autres dans le secteur obtiennent un financement.

Qui est admissible au programme ?

Pour être admissible à un financement dans le cadre du PCI, il vous faut :

- Être établi et exercer vos activités au Canada, et disposer soit de données sur vos ventes/chiffres d'affaires au Canada depuis au moins deux ans ou enregistrer des ventes ou un chiffre d'affaires dépassant 100 000 \$ par année;
- Payer de l'impôt sur le revenu des corporations lorsque vous enregistrez des bénéfices;
- Être en mesure de présenter des états de service sur les services que vous offrez ou de fabriquer les produits au sujet desquels vous demandez un appui;
- Avoir une situation financière saine et posséder les ressources humaines, financières et techniques nécessaires pour mener à bien le projet envisagé;
- Être inscrit auprès d'une ou des institutions financières internationales (IFI) susceptibles de financer les travaux en aval et être en mesure de négocier un accord de projet liant le partenaire du pays en développement sans que le gouvernement du Canada ne soit partie à cet accord;

La première étape à franchir pour les sociétés qui s'intéressent à ce programme consiste à communiquer, au PCI de l'ACDI, avec le gestionnaire de programme du pays qui vous intéresse. Vous trouverez des brochures détaillées sur les programmes du PCI en place à l'Administration centrale de l'ACDI, à Hull (Québec), tél. : (819) 997-7901, et auprès des conseillers régionaux de l'ACDI aux Centres du commerce international (CCI) à Vancouver, Calgary, Winnipeg, Montréal et Moncton, ou dans d'autres CCI à travers le Canada.

Le PCI *(Suite de la page II)*

En plus des mécanismes habituels de financement, le PCI comporte un programme d'Activités spécialisées qui soutient d'autres initiatives facilitant les rapports commerciaux sur les marchés des pays en développement. TEMIC, institut à but non lucratif ayant son siège à Montréal et établi par le secteur des télécommunications, forme des cadres de haut niveau des pays en développement et familiarise les responsables des télécommunications des pays en développement avec les produits, services et savoir-faire canadiens, ce qui favorise du même coup la coopération et les échanges commerciaux.

Le Fonds de coopération industrielle Canada/SFI, dont le siège est situé à Washington, a été constitué par le PCI de l'ACDI au sein de la Société financière internationale (SFI), organisme membre du Groupe de la Banque mondiale. Il permet au secteur privé des pays en développement d'établir des liens avec des Canadiens afin de détecter de nouvelles possibilités d'action outre-mer. En intervenant dès l'étape de la conception de projets susceptibles d'être appuyés par les banques, les entreprises canadiennes se trouvent souvent associées à longue échéance avec leur partenaire initial du secteur privé des pays en développement.

Le PCI soutient le Bureau de promotion du Commerce Canada, lequel favorise le resserrement des liens entre les exportateurs des pays en développement et les importateurs canadiens, ce qui suscite de nouvelles possibilités d'échanges commerciaux.

Le PCI de l'ACDI parraine également des séminaires, des missions à l'étranger, des foires et des instituts de formation spécialisés - particulièrement à l'intention de cadres du monde en développement -, ce qui procure aux milieux canadiens de l'exportation un service à valeur ajoutée.

Les possibilités qu'offre l'environnement

Appui du PCI à la technologie environnementale

Le développement durable constitue une orientation d'une importance cruciale pour la prospérité économique et un environnement naturel sain. Les pays en développement recherchent des modèles de développement durable sur le plan écologique au moment où ils s'industrialisent, ce qui suscite un accroissement de la demande de technologies environnementales. Cette demande correspond à une volonté du secteur privé canadien de transférer ces technologies.

Le programme a pour but d'aider les pays en développement à se doter sur place des capacités de mettre au point des technologies environnementales adaptées à leurs besoins grâce à une coopération à long terme avec les producteurs canadiens de ces techniques. À l'instar des autres programmes du PCI, cette initiative est axée sur un transfert plus efficient de technologies vers les pays en développement, au moyen d'un partage des coûts liés à toute adaptation de la technologie canadienne aux réalités locales.

L'ACDI prend maintenant des mesures afin de promouvoir des coentreprises dans le domaine des technologies environnementales. Un rang de priorité plus élevé sera assigné aux propositions de projet soumises par des entreprises canadiennes admissibles qui ont conclu, ou sont sur le point de le faire, un accord de col-

laboration de longue durée dans un pays en développement afin de mettre en place des coentreprises en vue du transfert et de la mise au point de technologies environnementales.

Qui est admissible?

Le PCI accepte des propositions prévoyant l'essai, l'adaptation et la démonstration d'une technologie environnementale de façon à ce qu'elle puisse répondre à des besoins précis sur les plans de la gestion des ressources, leur traitement et les opérations de transformation, ou à des fins d'utilisation dans les services municipaux. Il faut que cette activité s'inscrive dans le cadre de l'élaboration d'un plan commercial afin de mettre au point la technologie en vertu d'un accord de coentreprise dans un pays en développement.

L'ACDI peut fournir une contribution jusqu'à concurrence de 500 000 \$ en vertu de son programme d'Appui aux projets (Investissement) à des fins de mise à l'essai, d'adaptation et de démonstration de la technologie. On s'attend à ce que la société canadienne et son partenaire sur place partagent le coût total du projet.

Pour obtenir de plus amples importations sur les critères d'admissibilité, veuillez communiquer avec Richard Smith, Gestionnaire de programme, PCI, en composant le (819) 997-0541.

Grâce au PCI ...

Un nouveau marché en Amérique du Sud

La société WESTERN OILFIELDS ENVIRONMENTAL SERVICES de Calgary a récemment reçu une contribution du PCI de l'ACDI afin d'explorer la possibilité d'une coentreprise avec une société équatorienne. Western Oilfields compte plus de 15 ans d'expérience dans la prestation de services environnementaux complets à l'indus-

trie pétrolière et gazière ainsi qu'au secteur de l'extraction minière au Canada. De concert avec AEROMAPA Ltée de l'Équateur, qui effectue des opérations de cartographie aérienne et de relevés topographiques, Western Oilfields se propose de mettre en place un service intégré de protection de l'en-

(Voir page IV: Le PCI.)

Obtenir notre part de l'économie mondiale

Le Plan d'action national sur la prospérité recommande l'élaboration par le secteur privé d'une stratégie d'ensemble sur le commerce mondial, l'investissement et la technologie. Nos efforts d'adaptation à la mondialisation ne pourront aboutir que si nous disposons de nouvelles entreprises de taille internationale capables de durer.

Le Fonds monétaire international (FMI) prévoit qu'en 1993, les importations des pays en développement augmenteront à un rythme supérieur de 40 p. 100 à celui des pays développés. Les pays dynamiques et en expansion du monde en développement offrent les meilleures perspectives d'affaires.

Grâce à la Coopération industrielle et à d'autres programmes, l'ACDI est bien placée pour aider le secteur privé à gagner du terrain. L'Agence dispose d'un avantage lorsqu'il s'agit de promouvoir les intérêts des entreprises canadiennes dans les pays en développement parce qu'elle y a établi depuis longtemps une présence en soutenant l'action de ces pays en matière de développement. Dépassant l'horizon des ventes ponctuelles sur les marchés d'exportation, l'ACDI a mis l'accent sur l'établissement de relations soutenues, mutuellement bénéfiques, axées sur le commerce et l'investissement, entre les pays en développement et le Canada. L'ACDI peut assurer de précieux services d'intermédiaire parce qu'elle est en mesure de détecter de nouveaux débouchés — de même que les risques éventuels — pour les entreprises canadiennes. Nos partenaires du monde en développement, dans les secteurs privé et public, seront également rassurés en constatant la présence d'un volet ACDI dans la proposition d'une entreprise canadienne qui s'emploie à établir des alliances sur de nouveaux marchés.

Le succès engendre le succès

Grâce au cofinancement fourni par le PCI, la société LAB-VOLT LTÉE, un fabricant québécois de matériel pédagogique dans les domaines du génie électronique, des télécommunications et des contrôles - a pu faire ses preuves au Maroc. De ce fait, elle a obtenu un contrat d'une valeur de 1,2 million de dollars de l'Office marocain de la formation professionnelle et de la promotion du travail afin d'équiper 17 établissements d'enseignement technique de ce pays. Une autre entreprise européenne a ensuite signé avec LAB-VOLT un deuxième contrat, d'un montant de 500 000 \$ à cause du succès du projet réalisé au Maroc. À long terme, l'entreprise canadienne se propose d'établir une

usine de montage, d'entretien et de réparation de l'équipement en compagnie d'un partenaire marocain afin d'offrir son matériel à 43 écoles supplémentaires, en utilisant des composants canadiens.

Le projet financé par le PCI a permis à LAB-VOLT de faire une percée sur un nouveau marché tout en contribuant à l'amélioration de la formation des techniciens marocains. Leader dans la fabrication de matériel pédagogique technique, LAB-VOLT a reçu du gouvernement fédéral le Prix d'excellence à l'exportation canadienne à l'automne 1987. Cette entreprise compte une centaine de salariés et elle exporte environ 85 p. 100 de ses produits vers 60 pays.

Le PCI (Suite de la page III.)

vironnement à l'intention des entreprises et du gouvernement de l'Équateur. La conjugaison des efforts des partenaires canadien et équatorien se traduit par la mise au point d'un produit de qualité supérieure à des fins de planification de l'environnement, de limitation des dommages et d'évaluation des projets industriels et de gestion des ressources en Équateur. Cette coentreprise a déjà remporté un premier succès en décrochant un petit contrat sur place.

C'est là un bon exemple de la mise à contribution de la technologie environnementale canadienne dans l'intérêt de l'Équateur, du Canada et de

l'environnement. Grâce à la fourniture de services de pointe sur le plan de la planification et des techniques environnementales, l'activité de la coentreprise envisagée fournira d'importantes ressources dans le pays même afin de s'attaquer aux besoins et préoccupations dans le domaine de l'environnement. Cette coentreprise débouchera sur l'accroissement des exportations de services canadiens, et sur la création d'emplois au Canada et en Équateur. Un pays en développement comme l'Équateur en retirera des avantages, puisqu'il obtiendra accès à des techniques environnementales nouvelles et importantes.

Friandises (Suite de la page I.)

en pleine croissance. Figurent parmi les autres marchés éventuels ceux des «dragons asiatiques» et le Japon. Les partenaires envisagent en ce moment de doubler la capacité de production de l'usine.

Cette coentreprise profite aux deux pays. Dans le cas de la Thaïlande, cela a permis de créer 25 emplois, dont 20 sont occupés par des femmes. Pour le

Canada, cette entreprise s'est traduite par la vente d'équipement d'une valeur supérieure à 100 000 \$, et les bénéfices obtenus en Thaïlande sont répartis parmi les partenaires canadiens.



Agence canadienne de
développement international

Les foires aussi descendent vers le sud

À Sao Paulo — télécommunications

Sao Paulo—La tenue—du 13 au 16 avril 1993—de **TELEXPO 93** arrive à point nommé pour les entreprises qui s'intéressent sérieusement au marché des télécommunications du Brésil.

Cette 3^e foire commerciale internationale des télécommunications, de la radiodiffusion et de la télé-informatique a lieu au moment même où le Brésil procède à la déréglementation de son marché et à son ouverture à la concurrence internationale, et où il abolit les restrictions à l'importation de produits de télécommunications semblables à ceux fabriqués sur place.

Qui plus est, l'ensemble du marché des communications du pays se chiffre à 3,6 milliards \$ US; TELEBRAS, la société de holding publique des télécommunications, annonce, dans son rapport annuel de 1991, des projets d'investissement de 19 milliards \$ US dans l'industrie jusqu'en 1996.

TELEXPO, seule activité commerciale du Brésil spécialement consacrée au marché des télécommunications, attire des acheteurs et des spécificateurs de sociétés de télécommunications, de radiodiffusion, de câblodistribution et de téléinformation, des gestionnaires des approvisionnements, des ingénieurs en chef, ainsi que des spécialistes des ventes et du marketing. La foire de 1992 a accueilli 12 000 visiteurs professionnels.

Voici les principales catégories de produits exposés : matériel téléphonique et systèmes de télex (publics et privés); matériel de commutation, d'installation et d'établissement de réseaux; systèmes de radio à micro-ondes; multiplexeurs; systèmes de télécommunications rurales; télécommunications militaires; et systèmes de réseaux et de câble.

Des produits de communications visuelles seront également exposés : radiodiffusion AM/FM; systèmes d'antenne; matériel de formation; matériel audio-visuel; émetteurs; liaison

radioélectrique; matériel télévisuel; modems; concentrateurs; terminaux de traitement de données et télécopieurs; imprimantes; téléimprimeurs; matériel d'essai; et autres articles connexes.

Pour de plus amples renseignements concernant la participation à **TELEXPO 93**, veuillez communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), foires et missions, Affaires extérieures et Commerce exté-

rieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

Pour tout renseignement général sur le commerce au Brésil, veuillez vous adresser à M. Luis Bustos (même adresse que ci-dessus), tél. : (613) 996-5549; fax : (613) 943-8806; ou communiquer directement avec la direction commerciale du consulat général du Canada à Sao Paulo, tél. : (011-55-11) 287-2122; fax : (011-55-11) 251-5057.

Au Mexique — emballage et étiquetage

Mexico—Les fournisseurs et les fabricants de l'industrie de l'emballage et de l'étiquetage qui désirent s'implanter sur le marché mexicain ou y accroître leur présence ont tout intérêt à participer à **EXPO-PAK 93**, qui se tiendra dans cette ville du 18 au 21 mai 1993.

Cet événement international a toujours attiré un grand nombre de décideurs et d'utilisateurs des industries des aliments et des boissons, des produits pharmaceutiques et des cosmétiques, notamment ceux dont le travail est axé sur les systèmes et les machines d'emballage et d'étiquetage, ainsi que de nombreux fournisseurs de matières premières.

Pour tout renseignement concernant la participation à **EXPO-PAK 93**,

veuillez communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

Pour tout renseignement général sur le commerce, prière de s'adresser au chargé de dossier du Mexique à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, tél. : (613) 995-8804; fax : (613) 943-8806; ou communiquer directement avec la direction commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-525) 724-7900; fax : (011-525) 724-7982.

Le marché des machines-outils

Monterrey - Le marché d'importation des machines-outils du Mexique, qui se chiffre à environ 324 millions \$ US par an, occupera le devant de la scène du 9 au 12 mars 1993 :

Monterrey accueillera **METAL EXPOMEX 93**, foire à laquelle Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, qui recrute actuellement des participants, parrainera un pavillon canadien.

L'essor rapide de l'industrie manufacturière mexicaine et de son secteur de sous-traitance a entraîné une forte demande de machines-outils importées.

Les produits qui présentent les meilleures perspectives de vente sont les suivants : machines-outils à commande numérique; centres d'usinage; tours; machines à fraiser et à rectifier; machines à centrer, à glacer,

(Voir page 4: Le marché.)

À Mexico — télécommunications, informatique et bureautique

Mexico - Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada sélectionne actuellement les entreprises qui participeront au kiosque canadien d'EXPO COMM MEXICO 93, qui aura lieu dans cette ville du 9 au 12 février 1993.

La participation des entreprises à la 2^e exposition internationale annuelle d'Amérique latine pour les produits de télécommunications, d'informatique et de bureautique pourrait faciliter leur percée dans l'infrastructure des télécommunications mexicaines, qui est en cours de modernisation et qui pourrait attirer au cours des dix prochaines années 30 milliards \$ en investissements étrangers.

La croissance du marché mexicain — les importations représentent actuelle-

Le marché

(Suite de la page 3.)

à poinçonner, à cisailier, à rouler et à former; machines à pointer et machines à aléser verticales; et machines à percer horizontales.

Les produits suivants ont également un bon potentiel de vente : machines à tailler et à finir les engrenages; machines à polir et à moulurer; machines à photocopier; étaux-limeurs; machines à scier; machines à tronçonner; machines de soudage à l'arc; machines de tréfilerie; presses; pinces coupantes; scies; coins; couteaux; lames; teintures et outils spéciaux; et pièces et accessoires.

Pour plus de renseignements sur METAL EXPOMEX 93, communiquez avec M. Paul Schutte, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Tél. : (613) 996-5358. Fax : (613) 944-0479.

ment 25 pour 100 de l'équipement utilisé annuellement — a été stimulée par la privatisation de Telmex et par l'ouverture du marché dans les secteurs des téléphones cellulaires, des télécopieurs, de la radio-messagerie, de la transmission des données et de l'établissement de réseaux.

L'an dernier, à sa première édition, cet événement a attiré des participants de 13 pays, dont 22 entreprises du

Canada.

Pour plus de renseignements sur EXPO COMM MEXICO 93, veuillez vous adresser à M. Carlos Munante, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-2268. Fax : (613) 944-0479.

Taiwan — catalogues et présentations vidéo

Taiwan — Les parties intéressées ont jusqu'au 21 décembre 1992 pour demander à participer aux expositions de catalogues et de présentations vidéo qui se tiendront en mars 1993 dans les quatre principales villes de Taiwan.

La participation à l'*Industrial Materials/Machinery/Components C & V Show* ou à l'*Agent-Seeking C & V Show* coûte 100,00 \$US.

Les catalogues et/ou présentations

vidéo des sociétés participantes seront montrés à des milliers d'acheteurs potentiels spécialement invités, dont les demandes de renseignements seront transmises aux sociétés participantes peu après la fin des expositions.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Far East Trade Service Inc., 1800 Avenue du Collège McGill, Suite 2108, Montréal (Québec) H3A 3J6. Tél.: (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

AU CALENDRIER

Vancouver (12 janvier); Toronto (14 janvier); Montréal (15 janvier) - «Séminaire sur la Banque africaine de développement (BAFD)». Organisé par AECEC, ce séminaire portera sur les politiques et le cycle de l'approvisionnement relatifs à la BAFD et sera présenté par M. B. Merghoud, représentant de la BAFD à Washington, et par M. Namoko, directeur adjoint du bureau de Londres de la BAFD. Le directeur exécutif canadien de la Banque, M. M. Bélanger, et le délégué commercial ré-

sident à Abidjan seront également parmi les participants. Les personnes qui désirent assister au séminaire peuvent s'informer de la date et du lieu auprès des centres de commerce international de chacune des villes visitées. Pour plus de précisions, vous pouvez également communiquer avec M^{me} Linda McDonald, directrice adjointe, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, AECEC, Ottawa. Tél. : (613) 993-6593.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

7925 038



