

DOCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 21
February
17, 2003
Copy 1

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

FEB 17 2003

Canada



Les diamants canadiens brillent en Belgique

Dans ce numéro

- 2 CCC : débouchés à l'exportation
- 3 Votre marché : notre expertise
- 4 Améliorations à la frontière américaine
Mission commerciale confection pour dames
- 5 Salon des produits naturels à Londres
- 6 Percée de St. Lawrence
Textiles au Japon
- 7 Sondage auprès des clients du SDC
- 8 Foires et missions commerciales

La visite du Ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, le 9 janvier dernier, en Belgique, a permis, entre autres, de donner un nouvel éclat à nos ventes de diamants — qui sont fort prisés dans le monde entier — auprès de ce pays qui est le quatrième marché d'exportation en Europe pour le Canada.

La réunion avec le Conseil Supérieur du Diamant (CSD) à Anvers — carrefour du marché des diamants — aura permis la consolidation de nos rapports avec l'association diamantaire la plus influente en Belgique. Elle aura aussi permis de rencontrer les deux partenaires du projet Diavik, soit Aber et Rio Tinto, qui ont investi 1,3 milliard de dollars pour la mise en œuvre de la deuxième mine de diamant du Canada dans les Territoires-du-Nord-Ouest.

Le projet Diavik devrait créer des emplois pour 450 mineurs, et on prévoit l'arrivée à Anvers des premiers diamants de cette mine, en mai.

voir page 5 — Les diamants



Le Ministre Pettigrew (à droite), en compagnie de M. Christopher Ryder, directeur exécutif du bureau de vente de BHP-Billiton Diamonds à Anvers, examine un bel échantillon de diamants canadiens.

Réussite CANDU en Chine

Le 5 janvier 2003, la mise en service commerciale du réacteur nucléaire CANDU de la tranche 1 de Qinshan III a été acceptée par le propriétaire chinois, la Third Qinshan Nuclear Power Corporation (TQNPC). La construction du réacteur en moins de temps que prévu et la mise en service sont l'aboutissement d'efforts déployés durant huit ans, d'abord dans la commercialisation, puis dans la construction, par l'Énergie atomique

du Canada Ltée (EACL), par le gouvernement du Canada et par ses partenaires commerciaux.

Le projet d'infrastructure d'une valeur de 4 milliards de dollars est le plus important que le Canada ait entrepris en Asie. Le premier ministre Jean Chrétien, qui a visité le site en 2001, a joué un grand

voir page 6 — Le CANDU

CanadaExpo

Vol. 21, n° 3
17 février 2003

Supplément
**LE CHILI, PUISSANCE ÉCONOMIQUE
EN AMÉRIQUE DU SUD**
(voir l'encart)

L'aiguille dans une botte de foin

Débouchés à l'exportation avec la CCC

Les marchés publics internationaux sont évalués à 5 billions de dollars américains. Et de plus en plus de ces marchés sont annoncés sur des babillards ou dans des journaux électroniques, par exemple FedBizOps, aux États-Unis, et Tenders Electronic Daily (TED), dans l'Union européenne. Toutefois, le dépouillement de ces sources de débouchés représente un travail monstre, en particulier pour les PME.

Heureusement, il y a SourceCAN, marché électronique conçu dans le cadre d'un partenariat public-privé réunissant Industrie

Canada (IC), la Corporation commerciale canadienne (CCC) et HyperNet. Chaque jour, des fournisseurs canadiens de produits et de services prennent connaissance de milliers d'appels d'offres lancés par des sociétés privées et des organismes publics, au Canada comme à l'étranger, et susceptibles de les intéresser.

Dans le cadre de sa participation à SourceCAN, la CCC se concentre sur le marché d'exportation, plus spécialement sur l'évaluation et le tri des débouchés, le jumelage fournisseurs-appels d'offres et les services-conseils sur les soumissions à présenter. Elle commence d'abord par accéder aux journaux électroniques d'intérêt, ce qui déjà économise temps et argent aux entreprises canadiennes. Elle parcourt ensuite les appels d'offres et exclut les marchés auxquels le Canada n'a pas le droit de participer ou ceux pour lesquels les entreprises canadiennes ne seraient sans doute pas concurrentielles.

Les appels d'offres présentant de l'intérêt sont affichés sur le site internet de SourceCAN (www.sourcecan.com), de Merx (www.merx.com), de PODS (www.pods.net) et transmis par courriel aux utilisateurs inscrits, en se fondant sur leur profil d'entreprise. Cette façon de procéder permet à la CCC de s'assurer que seuls les débouchés les plus prometteurs sont communiqués aux entreprises clientes.

La CCC est là pour vous aider!

Quand une entreprise décide de participer à un appel d'offres, la CCC peut l'aider à comprendre le processus d'approvisionnement en cause et à obtenir le dossier d'appel d'offres. Elle peut également donner des conseils à l'entreprise afin de l'aider à présenter la meilleure soumission ou proposition possible. Encore une fois, cette aide est fournie gratuitement à l'utilisateur.

« Les entreprises considèrent que le travail de sélection effectué par la CCC dans les journaux électroniques est très utile et constitue un service comportant une importante valeur ajoutée », affirme

Le Canada : un allié puissant pour vos exportations



La Corporation commerciale canadienne (CCC) est une société d'État qui a pour mandat de faciliter le commerce international, en particulier sur les marchés publics. Agissant à titre de maître d'œuvre, la CCC signe les contrats d'exportation, fournit aux exportateurs un accès aux marchés et offre aux acheteurs la garantie du gouvernement en ce qui concerne l'exécution du contrat. La CCC aide également les exportateurs à obtenir auprès de sources commerciales le crédit d'exploitation nécessaire et met à leur disposition l'expertise qu'elle a acquise dans le domaine de l'impartition internationale, contre rémunération des services. En matière d'exportation, CCC est synonyme de crédibilité, confiance et contrats.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : (613) 996-0034, numéro sans frais (au Canada) : 1-800-748-8191, Internet : www.ccc.ca

M. Ron Linton, gestionnaire du service de Jumelage pour les marchés publics, à la CCC. « Elles pensent aussi que grâce à SourceCAN, elles décrochent de nouveaux marchés à l'exportation. »

Les entreprises admissibles à la recherche de nouveaux débouchés à l'exportation peuvent accroître le nombre de marchés publics auxquels elles participent en jouissant de l'avantage concurrentiel que leur assure l'appui de la CCC.

La CCC est une société d'État qui a pour mandat de faciliter le commerce international, notamment en ce qui a trait aux marchés publics. Elle accroît la confiance des acheteurs étrangers dans les entreprises canadiennes en leur fournissant une garantie de l'État que les modalités du contrat seront respectées. Cette garantie ouvre des portes et assure des conditions avantageuses.

En général, la CCC sert de maître d'œuvre : elle signe un contrat avec l'acheteur étranger et un contrat avec l'exportateur canadien. En outre, elle peut aider les exportateurs à accroître leur capital circulant avant expédition à même des sources commerciales et offre toute une gamme de

voir page 5 — Débouchés

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL

INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS



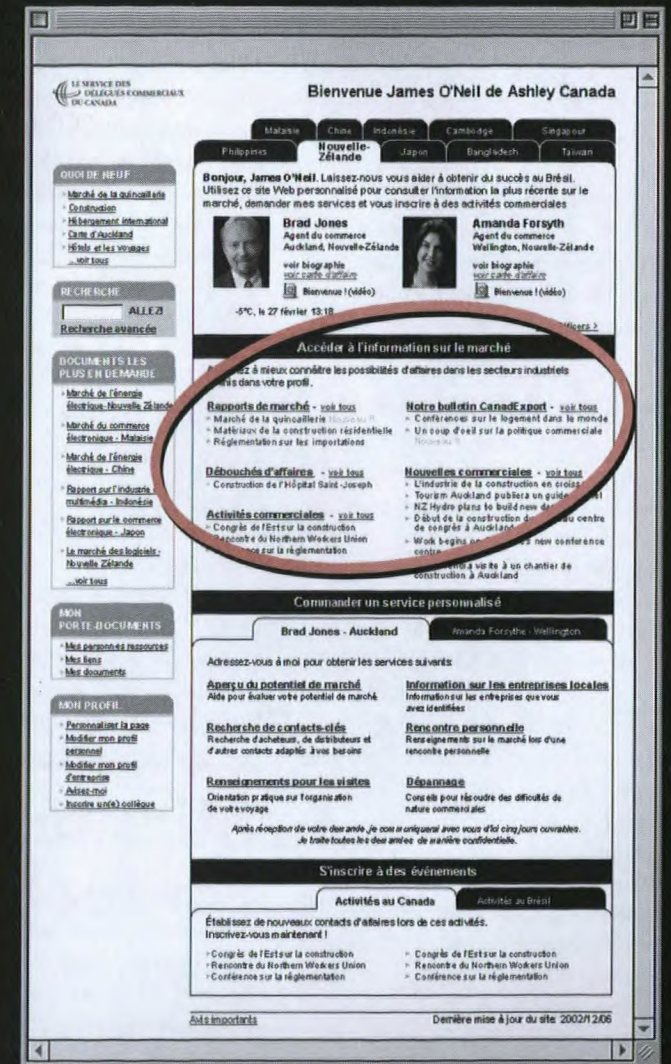
Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en direct et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés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

Votre marché : notre expertise

Les délégués commerciaux du Canada consacrent leur temps à dénicher des occasions d'affaires pour le bénéfice des entreprises canadiennes. Et grâce au Délégué commercial virtuel, ils vous permettent maintenant de profiter des efforts qu'ils déploient, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Le Délégué commercial virtuel permet d'obtenir des renseignements sur chacun de vos marchés cibles. Il suffit de cliquer sur l'onglet désignant le pays de votre choix au haut de la page afin de voir l'information sur ce marché apparaître immédiatement. Choisissez ensuite l'un des divers liens affichés dans la fenêtre Accéder à l'information sur le marché pour accéder aux plus récents rapports de marché, aux différents débouchés et activités commerciales, ainsi qu'aux nouvelles commerciales qui concernent votre secteur. Il vous est aussi possible d'être avisé par courriel dès que de nouveaux renseignements sont publiés.

Prenez une longueur d'avance afin de profiter des débouchés à l'étranger et bénéficiez de notre expertise sur ces marchés. Inscrivez-vous auprès du Délégué commercial virtuel dès aujourd'hui!



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

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

www.infoexport.gc.ca

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

CanadExport

Rédactrice en chef : Suzanne Lalonde-Gaëtan
Rédacteur délégué : Louis Kovacs
Rédacteur : Michael Mancini
Mise en page : Yen Le
Tirage : 60,000
Téléphone : (613) 992-7114
Télécopieur : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Web site : www.infoexport.gc.ca/canadexport

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

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

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

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

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

Une année de progrès

Améliorations à la frontière Canada-États-Unis

Lors de leur plus récente rencontre à Washington, le 6 décembre 2002, le vice-premier ministre, John Manley, et le gouverneur Tom Ridge ont émis un rapport d'étape marquant une année de progrès depuis la mise en place du Plan d'action pour une frontière intelligente.

Ce rapport confirme que la mise en application des dispositions énoncées dans le plan d'action et l'amélioration constante de l'efficacité des mesures prises par le Canada et les États-Unis pour assurer la sécurité de leur frontière commune suivent leur cours comme prévu. Même s'il reste beaucoup à faire, les autorités gouvernementales des deux pays ont d'ores et déjà fait des progrès notables en mettant en œuvre plusieurs des initiatives importantes prévues dans le plan d'action.

Faciliter la circulation transfrontière à faible risque

Le programme des Expéditions rapides et sécuritaires (EXPRES) est l'une des pierres angulaires du Plan d'action pour une frontière intelligente. C'est une étape importante vers une rationalisation des formalités douanières, tout en améliorant la sécurité du trafic commercial transfrontière. EXPRES est un processus commercial harmonisé offert aux importateurs et aux transporteurs approuvés, ainsi qu'aux chauffeurs inscrits, grâce auquel les expéditions seront dédouanées, dans l'un et l'autre pays, avec une rapidité et une certitude accrues, ce qui permettra de réduire les coûts.

Le Canada et les États-Unis offrent actuellement ce processus de dédouanement accéléré aux principaux postes frontaliers suivants : Windsor-Detroit, Sarnia-Port Huron, Fort Erie-Buffalo, Douglas-Blaine, Queenston-Lewiston et Lacolle-Champlain.

Nouveau projet pilote dans les aéroports canadiens

En janvier 2003, l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) a lancé un projet pilote pour accélérer les formalités de douane et d'immigration auxquelles doivent se soumettre les voyageurs qui rentrent au Canada, tout en améliorant la

sécurité : il s'agit de la lecture d'empreintes rétinienne, et cette technologie sera testée aux aéroports internationaux Pearson et de Vancouver.

Quelques précisions : le programme CANPASS-Aéroports permettra aux voyageurs préautorisés d'établir leur identité et de passer la douane simplement en regardant une caméra qui reconnaît les empreintes rétinienne. En limitant leurs interventions auprès de ces voyageurs préautorisés, les autorités douanières pourront se concentrer sur les voyageurs inconnus de leurs services. Le programme sera élargi et appliqué conjointement par les autorités douanières des États-Unis, de façon à ce que les voyageurs puissent bénéficier également de cette technologie pour passer la douane américaine. Le programme conjoint sera testé dans le cadre d'un projet pilote à l'aéroport MacDonal-Cartier d'Ottawa et à Dorval, l'aéroport de Montréal, à la fin de l'année 2003.

Amélioration de l'infrastructure frontalière

Une infrastructure efficace et sécuritaire est l'une des priorités du Plan d'action pour une frontière intelligente. Le Canada et les États-Unis ont d'ores et déjà réservé des crédits à la modernisation de l'infrastructure frontalière. Ainsi, au Canada, les 600 millions de dollars du nouveau Fonds sur

l'infrastructure frontalière permettront d'apporter, sur cinq ans, des améliorations matérielles et technologiques aux principaux postes frontaliers.

En septembre 2002, les gouvernements du Canada et de l'Ontario ont annoncé qu'ils injecteraient 300 millions de dollars au cours des trois prochaines années dans un projet conjoint de modernisation des infrastructures au poste frontalier Windsor-Detroit. Dans le cadre du Plan d'action pour une frontière intelligente, des crédits ont également été alloués à la création de voies réservées pour les véhicules commerciaux et de tourisme à la frontière entre la Colombie-Britannique et l'État de Washington, ainsi qu'à l'amélioration des infrastructures routières et frontaliers au poste frontalier Lacolle-Champlain, entre le Québec et l'État de New York.

Pour des renseignements sur le programme EXPRES : internet à www.ccradrc.gc.ca/fast ou courriel à l'ADRC à : fast-expres@ccra-adrc.gc.ca **Pour des renseignements** sur le programme CANPASS-Aéroports, tél. : **1-800-842-7647**. **Pour savoir** où en est l'application du Plan d'action pour une frontière intelligente, communiquer avec la Direction des relations avec les États-Unis du MAECI, tél. : **(613) 944-7960** internet : www.can-am.gc.ca (cliquer sur « Coopération sur la frontière »).

Mission commerciale : confection pour dames

CHICAGO, ILLINOIS — 22-25 mars 2003 — Si vous êtes fabricant de vêtements pour femmes et cherchez à vous introduire sur le marché américain, venez participer à la **Mission commerciale** axée sur le repérage de représentants dans le secteur de la confection pour dames, organisée par le consulat général du Canada à Chicago.

Dans le cadre de cet événement, vous pourrez assister à une séance d'information donnée par des spécialistes de l'industrie, exposer, en compagnie d'autres entreprises participantes, à **StyleMax** — un salon commercial consacré à la confection pour dames — et avoir accès aux centaines de représentants locaux qui visiteront le salon.

La **date limite** pour s'inscrire est le **4 mars 2003** selon l'ordre d'arrivée des demandes. **Pour informations** : M^{me} Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada, Chicago, tél. : **(312) 327-3624**, courriel : ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca internet : www.dfait-maeci.gc.ca/chicago ou www.mmart.com

Mars 2003

Le CHILI

puissance économique en Amérique du Sud

Le Chili est un pays relativement petit qui a néanmoins commencé à s'imposer sur le marché du commerce international. Il se classait 20^e selon l'Indice de compétitivité de la croissance de 2002 du Forum économique mondial, devançant tous les pays d'Amérique latine et quelques pays européens, dont l'Espagne, l'Irlande et la France. Selon une enquête récente menée par le Fraser Institute de Vancouver auprès de 27 grandes entreprises et 121 entreprises de taille moyenne dans le secteur minier, le Chili représente le choix le plus attrayant pour les investisseurs, tant pour le potentiel minier que pour la stabilité économique. Bien que le pays se heurte à des difficultés économiques et politiques de taille, les résultats qu'il obtient sont favorables et le taux de croissance de son produit intérieur brut (PIB) en 2002 a été évalué à près de 2 %.

Les entreprises canadiennes maintiennent un vif intérêt à l'égard du Chili. Depuis l'application de l'Accord de libre-échange Canada-Chili en 1997, le commerce bilatéral s'est accru de 26 %. De plus, entre 1997 et 2001, il y a eu augmentation des exportations canadiennes dans divers secteurs, notamment le papier kraft et le carton (près de 1 500 %) ainsi que le matériel électrique et l'équipement de télécommunications (plus de 40 %). Pourquoi? Parce que le Chili a une culture de l'entreprise semblable à celle de l'Amérique du Nord, une bonne infrastructure, une main-d'œuvre instruite, des consommateurs avertis qui ont une prédilection pour les produits nord-américains et un marché ouvert et transparent. L'organisation Transparency International considère que le Chili est le pays le moins affecté par la corruption en Amérique latine et qu'à l'échelle mondiale, il se classe juste

après les États-Unis et devant l'Allemagne à ce chapitre.

Fort de ses assises économiques et institutionnelles saines, le Chili est un marché ouvert et rentable qui pourrait constituer une bonne base à partir de laquelle il serait avantageux de faire des affaires non seulement en Amérique latine, mais aussi à l'échelle mondiale. Dans le but d'ouvrir les marchés aux produits chiliens, le Chili a négocié avec succès en 2002 des accords de libre-échange avec l'Union européenne, les États-Unis et la Corée du Sud. Le dernier accord annonçait l'intention qu'à le Chili de commencer à se concentrer sur l'Asie.

Depuis quelques années, les services, la technologie et les produits canadiens sont en demande au Chili, tant dans les secteurs primaires traditionnels que dans ceux de la haute technologie. Methanex a fait des investissements considérables au Chili et son produit, le méthanol, est maintenant une des principales exportations du pays. Québecor a récemment obtenu un contrat d'une valeur de 40 millions de dollars pour la production d'anneaux téléphoniques pour le Chili et l'Argentine. On a observé une hausse marquée des ventes de produits canadiens, dont ceux qui sont fabriqués de fer et d'acier (augmentation de plus de 40 % des ventes de janvier à octobre 2002 par rapport à 2001), les meubles et les articles de literie (augmentation de plus de 100 %) ainsi que les parfums et les produits cosmétiques (augmentation de près de 71 %). La biotechnologie, l'agriculture et l'agroalimentaire, l'éducation, le développement urbain, les pâtes et papiers, et l'exploitation forestière offrent des occasions d'investissement et, de plus en plus, la possibilité de commercialiser le savoir-faire canadien.

Quelques statistiques

PIB (2001) : 107 milliards de dollars (70,3 milliards de dollars américains)

Croissance annuelle du PIB : 5,9 % (1990-2001); 2,8 % (2001); 1,9 %* (2002)

Inflation (2002) : 2,8 %*

Taux d'escompte de la banque centrale : 2,75 %

Taux d'alphabétisation : 95 %

Valeur totale du commerce canado-chilien : 1,23 milliard de dollars

*estimation

Exemples de réussite

Cameo Crafts International de Montréal a récemment signé un accord d'investissement avec une imprimerie du Chili, **Marinetti Packaging**, pour la fourniture d'étiquettes modernes aux producteurs chiliens de vins destinés à l'exportation. En vertu de l'accord, les partenaires investiront ensemble un total de 14 millions de dollars (9,2 millions de dollars américains) d'ici la fin de 2007. Ils espèrent s'emparer de 30 à 35 % du marché local et réaliser des ventes annuelles d'environ 22,8 millions de dollars (15 millions de dollars américains). Ils prévoient offrir leurs services de production d'étiquettes à d'autres pays producteurs de vins dans la région, notamment l'Argentine.



Cameo Crafts a décidé de travailler en partenariat pour tirer avantage de la croissance soutenue de la demande internationale de vins chiliens. La conclusion récente d'ententes chiliennes avec la Corée du Sud, les États-Unis et l'Union européenne créera des débouchés additionnels pour l'industrie vinicole et, par conséquent, pour Cameo Crafts au Chili. On s'attend à ce que l'industrie continue de bénéficier d'un taux de croissance annuel dans les deux chiffres au cours des cinq prochaines années. Cameo Crafts profitera de cette croissance et contribuera au succès durable de l'industrie en fournissant des emballages de qualité et en faisant appel à des technologies et des compétences que l'on ne trouve pas au Chili.

Foraction Chili S.A. a été fondée en 2000 par les partenaires canadiens **Davidson Industries** (qui fait maintenant partie de **Tembec**), **Cascades**, **GLV** et la caisse de retraite de la **Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec**, avec l'aide du programme d'investissement régional du gouvernement du Chili. Disposant d'un investissement de 30,7 millions de dollars, la coentreprise a établi une scierie et une usine de sciage final dans la ville de Curanilahue, à 90 kilomètres de Concepción. Le projet a permis de créer 300 emplois permanents directs et 600 emplois indirects à l'échelle locale.



La scierie, entièrement automatisée et ultramoderne, peut produire 250 000 mètres cubes de sciages de pin de Monterey par année. Les sciages sont ensuite mis au séchoir puis transformés en produits aboutés par entures

multiples et collés par leurs chants. Ces produits servent principalement à la fabrication de portes et de fenêtres en bois. Environ 90 % de la production est exportée en Amérique du Nord (principalement aux États-Unis) ainsi que dans certains pays asiatiques. Davidson s'occupe de la commercialisation de la production de l'usine et de la gestion des opérations quotidiennes.

Methanex Corporation de Vancouver est le plus important producteur et spécialiste en commercialisation de méthanol au monde. L'entreprise possède des usines au Chili qui desservent l'ensemble de l'Amérique du Sud, le Mexique et l'Afrique du Sud. Elle compte environ 250 employés au Chili. Ses installations de fabrication sont situées au sud du pays à Cabo Negro, près de Punta Arenas sur le détroit de Magellan, au cœur de la région pétrolière et gazière du Chili. À l'heure actuelle, Methanex a une capacité de production annuelle de 3 millions de tonnes et exporte la majeure partie de sa production. Plus de 1,5 milliard de dollars (1 milliard de dollars américains) ont été investis dans l'entreprise. En novembre dernier, Methanex a annoncé qu'elle avait l'intention d'investir environ 420 millions de dollars (275 millions de dollars américains) pour l'expansion de ses installations au Chili.

Methanex a choisi d'investir au Chili notamment parce que les gestionnaires canadiens et chiliens ont des points de vue similaires, particulièrement en ce qui a trait aux conditions propices à l'investissement étranger au Chili et aux meilleures méthodes d'exploitation des usines existantes. C'est ce qui explique pourquoi, en plus de gérer les activités de Methanex en Amérique latine, le dirigeant de l'entreprise au Chili s'occupe aussi des opérations de fabrication des usines de Methanex partout dans le monde.



La gestion responsable est le principe en vertu duquel Methanex traite les questions en matière d'environnement, de santé, de sécurité, de sensibilisation et de participation du grand public, et de planification d'urgence. Cette éthique guide également la prise de décisions relatives aux objectifs d'expansion de l'entreprise et reflète l'engagement de Methanex envers ses employés. En reconnaissance de l'importance qu'elle accorde à son personnel, Methanex a obtenu en 2000 le prix Carlos Vial Espantoso, honorant l'entreprise au Chili qui présente le meilleur bilan au plan des relations de travail.

Nortel Networks est un chef de file mondial et un innovateur dans l'industrie des télécommunications. La société offre aux fournisseurs de services et aux entreprises clientes la technologie et l'infrastructure de communication leur permettant d'assurer des services de transmission des données, des services téléphoniques et des services multimédias IP à valeur ajoutée pour les réseaux de service sans fil, les réseaux de service conventionnel à fil, les réseaux d'entreprises et les réseaux optiques.

Nortel Networks exerce des activités au Chili depuis plus de 20 ans et y a établi des bureaux en 1996. Dans le domaine du service sans fil, la société a mis sur pied un réseau à l'échelle du pays pour BellSouth Chile et a établi, en collaboration avec Smartcom PCS, la première communication sans fil de prochaine génération à l'aide d'un réseau 1X commercial. Nortel Networks est aussi un des principaux fournisseurs de solutions Internet optique de haute performance au Chili, et sa technologie sert à la transmission d'une grande partie des communications Internet (particulièrement dans la région métropolitaine de Santiago).

Nortel Networks est bien placée pour profiter de l'expansion du marché des ordinateurs et de l'accès Internet, et a conclu plusieurs contrats de réseau optique avec divers fournisseurs à l'échelle régionale, dont Impsat et Emergia.

Alors que l'investissement dans les produits de télécommunications a décliné sur le marché mondial, Nortel Networks a continué de tirer avantage des débouchés offerts par le Chili. En 2002, la société a passé d'autres contrats avec les fournisseurs locaux de service sans fil pour développer et mettre à niveau leurs réseaux. De plus, elle continue d'offrir des infrastructures de prochaine génération à des fournisseurs de services tels que VTR (United Globalcom) et à des entreprises clientes comme Cotelco.



President's Choice International exporte depuis le début des années 1990. Ses produits comptent de nombreux adeptes parmi la classe moyenne chilienne en expansion, qui commence à apprécier les marques de distributeur. L'entreprise travaille à la mise en œuvre d'une stratégie d'essai pour le développement du marché chilien depuis janvier 2002 et a obtenu d'excellents résultats. À l'heure actuelle, D&S, principal détaillant de produits alimentaires au Chili, importe plus de 200 différents produits de Loblaw's qui sont vendus sous les marques Choix du président et Sans nom.

Cette association permet aux consommateurs chiliens d'avoir accès à une gamme de produits alimentaires de qualité supérieure et offre aux Canadiens vivant au Chili la chance de pouvoir déguster leurs produits favoris même s'ils sont loin de chez eux. L'Accord de libre-échange Canada-Chili a contribué au succès de l'entreprise dans le marché hautement concurrentiel du Chili, grâce à des avantages tels qu'une documentation simplifiée et une réduction des droits frappant les exportations. President's Choice International pourrait considérer le Chili comme un lieu de lancement des exportations vers l'Argentine dans les années à venir, une fois que la situation économique s'y stabilisera.



L'University College of the Cariboo (UCC) de Kamloops, en Colombie-Britannique, offre des cours de formation et des services d'éducation au Chili depuis 1996. Il a commencé par élaborer des programmes de formation pour la Compañía Minera Zaldivar, à Antofagasta, dans les domaines de l'hydraulique mobile, de l'automobile et de la mécanique, de même que de l'électricité et de la mécanique d'outillage pour applications à haute performance. Il a ensuite déterminé trois secteurs clés pouvant faire l'objet d'une collaboration : le tourisme, les ressources minières et forestières, et les technologies de l'information (TI).

En 2002, l'UCC a conclu un accord de coopération avec l'Universidad Técnica Federico Santa María à Valparaíso relativement au développement du tourisme, et aux technologies de l'information et à leur transfert, de même qu'un autre accord avec l'Universidad de Santiago de Chile en vue de l'échange d'étudiants et de professeurs. L'UCC négocie actuellement avec un des principaux instituts techniques de Santiago pour un transfert de programme de TI et de méthodologie d'enseignement. Trois étudiants chiliens ont fréquenté l'UCC à Kamloops et l'UCC espère en attirer davantage.



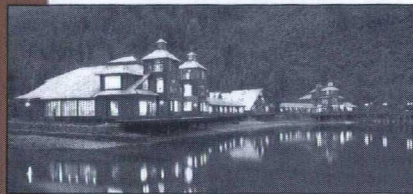
L'UCC a pris part à l'Initiative des villes durables à Valparaíso et à Viña del Mar pour créer des débouchés liés au développement de produits touristiques et de ressources humaines ainsi qu'aux technologies de l'information. L'UCC s'est aussi associé avec des entreprises canadiennes du secteur privé pour créer des occasions de formation en matière de développement de microentreprises visant les entrepreneurs chiliens.

Dans le cadre d'un projet communautaire de développement du tourisme dans la région de la Patagonie, l'UCC, de concert avec ses partenaires chiliens, travaillera à évaluer les possibilités touristiques et les lacunes de l'infrastructure, à établir des programmes de formation et à élaborer des méthodes permettant de développer l'infrastructure.

L'Initiative des villes durables (IVD) établit des contacts entre ses membres canadiens (entreprises, universités et organisations non gouvernementales) et leurs équivalents chiliens afin de développer des projets qui aident à améliorer la qualité de vie des habitants des villes partenaires. Pour plus de renseignements, communiquez avec Shawna Greenberg d'Industrie Canada, tél. : (613) 941-1342, courriel : greenberg.shawna@ic.gc.ca, ou consultez le site web de l'IVD (voir page 4).

La conscience sociale des entreprises : un atout au Chili

Dans de nombreux pays, les entreprises exercent depuis longtemps des activités philanthropiques dans le milieu où elles sont établies parce qu'elles estiment que c'est souhaitable de le faire. Au Chili, les entreprises canadiennes font la preuve que de telles pratiques contribuent aussi au succès dans les affaires. C'est ce que révèle une étude récente portant sur l'incidence sociale de l'investissement canadien au Chili¹. Cinquante des principales entreprises canadiennes exerçant des activités au Chili ont été visées par cette étude. Avec des investissements totalisant plus de 9 milliards de dollars (6 milliards de dollars américains), ces entreprises aident à faire du Canada le troisième investisseur en importance au Chili.



Une de ces entreprises est Placer Dome, qui a des intérêts dans la mine d'or et d'argent Mantos de Oro, dans le Nord du Chili. Placer Dome a fait des investissements substantiels dans l'éducation de la communauté à tous les niveaux. Avec le concours de l'Université d'Atacama (principale université de la région), l'entreprise a contribué

à mettre sur pied le Centro de formación técnica Benjamin Tepizky, qui offre des cours de formation en technologie minière. D'autres sociétés minières, de même que le gouvernement du Canada et celui du Chili, ont également apporté leur soutien à ce projet. Le centre a vu le jour surtout grâce aux efforts de Placer Dome, qui s'est employée à trouver l'aide financière nécessaire. Il permettra de produire une main-d'œuvre qualifiée dont l'industrie dans son ensemble a grandement besoin.

Depuis la fusion de Québecor (un des plus importants imprimeurs au monde) et d'Impresa Antartica (une des imprimeries les mieux connues du Chili), la nouvelle entreprise chilienne a travaillé énergiquement à accroître le niveau de confiance et les compétences de ses employés et des membres de leur famille. En mars 2003, deux employés de Quebecor World Chile S.A. entreprendront un programme d'étude de deux ans en graphisme dans le cadre d'une nouvelle initiative qui bénéficie d'un appui substantiel du ministère chilien de l'Éducation. Ces employés prendront part au programme de type coopératif tout en continuant de travailler pour l'entreprise. Les membres de leur famille pourront suivre des cours dans des domaines aussi variés que l'esthétique, la cuisine et les systèmes domestiques d'électricité, de gaz et d'alimentation en eau. L'entreprise s'est engagée à faire en sorte que tous ses employés de même que leur famille possèdent les connaissances les plus vastes et les compétences les plus étendues possible. Elle vise à accroître leur rendement pendant qu'ils sont à l'emploi de Québecor et à favoriser leurs chances sur le marché du travail s'ils devaient quitter l'entreprise.

¹ « The Canadian Way: The social impact of Canadian investment in Chile », par Peter E. Larson pour la Chambre de commerce Canada-Chili (www.chile-canada-chamber.cl), décembre 2002. L'étude sera publiée officiellement par la Chambre en juin-juillet 2003.

Pour communiquer avec nous

Ambassade du Canada à Santiago

Section commerciale
Tél. : (011-56-2) 362-9660
Téléc. : (011-56-2) 362-9664
Courriel : santiago.commerce@dfait-maeci.gc.ca
Internet : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/chile>

Site Web utiles

Au Canada

Information commerciale à l'intention des entreprises canadiennes
<http://www.exportsource.gc.ca>

Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international (PCI de l'ACDI), aide aux exportateurs
<http://www.acdi-cida.gc.ca/pci>

Exportation et développement Canada, aide aux exportateurs
<http://edc.ca>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, développement du commerce international
http://www.dfait-maeci.gc.ca/trade/intl_bus_dev-fr.asp

Industrie Canada, information commerciale
<http://www.strategis.gc.ca>

Industrie Canada, Initiative des villes durables
<http://ivd.ic.gc.ca>

Au Chili

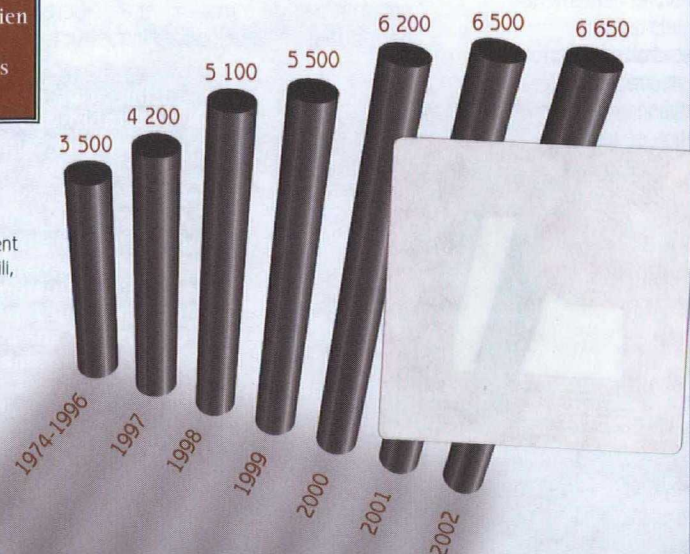
Gouvernement du Chili
<http://www.gobiernodechile.cl>
(en espagnol)

Chambre de commerce Canada-Chili
<http://www.chile-canada-chamber.cl>
(en espagnol)

Comité chilien de l'investissement étranger
<http://www.foreigninvestment.cl>
(en anglais)

Agence chilienne de développement économique (CORFO)
<http://www.corfo.cl>
(en espagnol et en anglais)

Investissement canadien cumulé au Chili (en millions de dollars américains)



SOURCE :
Comité d'investissement étranger, Santiago, Chili, octobre 2002

Le salon des produits naturels

LONDRES, ROYAUME-UNI — 6 et 7 avril 2003 — **Natural Products Europe est**, de loin, le salon commercial le plus important organisé sur ce thème au Royaume-Uni (R.-U.). Plus de 4 000 acheteurs — venus de 54 pays et représentant des magasins de produits diététiques, des supermarchés, des pharmacies, des boutiques spécialisées, des traiteurs ou des distributeurs — ont visité ce salon en 2002.

En 2003, les exposants au salon et à **Organic Products Europe** — un nouveau salon commercial axé plus particulièrement sur les produits biologiques — se retrouveront dans le Grand Hall de l'Olympia dans le cadre de ce qui sera un événement d'une envergure sans précédent.

Un tiers des détaillants du R.-U. visitent ce salon chaque année, et les ventes réalisées à cette occasion représentent près de 90 % du chiffre d'affaires total dans ce secteur. En outre, des intervenants de premier plan comme Fresh & Wild, Planet Organic et GNC envoient toujours toute une équipe d'acheteurs. En 2002, on comptait parmi les visiteurs, les représentants d'entreprises comme Sainsbury's, Tesco, Asda, Safeway, Marks and Spencer, Boots et Holland & Barrett. Des acheteurs de

Harrods, Harvey Nichols, Fortnum & Mason et autres magasins prestigieux s'y rendent régulièrement aussi.

« Le salon prend de plus en plus d'envergure d'année en année, l'approche est plus professionnelle, les stands sont plus grands, mieux aménagés, et les exposants font preuve d'une plus grande créativité », déclare le directeur du salon, M. Chris Down. « Écoutez simplement les commentaires

EUROPE

des exposants et des visiteurs, et vous pourrez mesurer la passion, la motivation et le zèle extraordinaires qui animent les gens dans l'industrie des produits naturels et organiques, un secteur qui est clairement plus solide que jamais. » Alors que l'on prévoit une croissance qui atteindra le chiffre astronomique de 3,5 milliards de livres sterling au cours des trois prochaines années, il n'a jamais été aussi opportun de se joindre aux exposants.

Les entreprises qui ont exposé l'an dernier dans le pavillon canadien ont trouvé l'expérience très utile. Comme le soulignait un exposant : « Notre présence au salon nous a aidés à trouver des contacts au R.-U. et à rehausser l'image

de notre entreprise et de notre produit, alors qu'auparavant, nous devions nous contenter de l'espace limité que pouvait nous octroyer notre distributeur, dont l'activité était concentrée sur d'autres produits. Nous avons eu l'occasion de faire connaître notre marque à de nombreux détaillants de produits diététiques, et à la fin du salon, nous avons 70 pistes sûres à prospecter et 8 commandes. »

Cette année encore, le haut-commissariat du Canada à Londres organise un pavillon canadien. **Pour informations** sur la participation à titre d'exposant : M^{me} Ros Burridge, haut-commissariat du Canada, Londres, tél. : **(011-44-20) 7258-6652**, courriel : ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca internet : www.naturalproducts.dreamstation.com ou M. Chris Down, directeur de l'exposition, ou M^{me} Beverly Rees, directrice commerciale de la foire, tous deux de Full Moon Communications, tél. : **(011-44 -0) 1903-817305**, courriel : info@naturalproducts.co.uk ✪

Débouchés

— suite de la page 2

services, avant et après la passation des contrats ainsi que divers services consultatifs à la carte suivant le principe de l'utilisateur payeur.

La CCC tient à travailler avec SourceCAN afin d'apporter des améliorations constantes à cet ensemble unique de services. Par exemple, elle est à élargir le marché électronique que représente SourceCAN en l'enrichissant continuellement de nouveaux sites (après évaluation et tri) et améliore constamment les outils utilisés pour évaluer et jumeler les débouchés aux fournisseurs. La CCC travaille également avec le MAECI, IC, Exportation et développement Canada (EDC) et d'autres organismes, comme équipe Canada Inc., afin d'offrir aux exportateurs canadiens une gamme de services parfaitement adaptés à leurs besoins.

Pour en savoir plus sur le marché électronique de la CCC et SourceCAN, cliquer sur www.ccc.ca ✪

Les diamants canadiens

— suite de la page 1

Le Ministre a également rencontré le directeur exécutif du bureau des ventes de BHP-Billiton à Anvers. Propriétaire de l'autre mine canadienne, Ekati, également dans les Territoires-du-Nord-Ouest, BHP a exporté pour \$553 millions de diamants canadiens à Anvers en 2001, comparable à la valeur qu'elle exporte annuellement depuis l'ouverture de la mine en 1998. L'ouverture de Diavik devrait faire doubler ce chiffre, ce qui se traduira par des exportations canadiennes de diamants totalisant plus de 1 milliard de dollars par an.

Selon le CSD, la moitié des budgets mondiaux d'exploration pour le diamant sont actuellement investis au Canada. Le

Ministre a par ailleurs félicité le CSD de son appui au développement de systèmes de certification pour les exportations de diamants de plusieurs pays africains.

Pour tout renseignement sur les débouchés en Belgique, communiquer avec M. Jean Bourassa, conseiller principal, Direction de l'Europe de l'Ouest, MAECI, tél. : **(613) 996-7544**, courriel : jeanbourassa@dfait-maeci.gc.ca ou M. Paul Desbiens, délégué commercial principal, ambassade du Canada à Bruxelles, tél. : **(011-32-2) 741-0620**, courriel : pauldesbiens@dfait-maeci.gc.ca ✪

St. Lawrence Textiles prend de l'expansion au Japon Baby's Own® populaire

St. Lawrence Textiles, de Hawkesbury, Ontario, est une entreprise privée, établie de longue date qui fabrique, surtout pour l'exportation, des vêtements pour enfants, de la naissance à deux ans, ainsi que des vêtements de sport pour adultes. Il y a environ cinq ans, la haute direction a décidé d'explorer le marché japonais et a confié à un représentant sous contrat d'exclusivité, Mockingbird Trading Co., la tâche de promouvoir les articles fabriqués par l'entreprise auprès des jeunes familles japonaises attirées par les produits différents, haut-de-gamme et qui ont du style.



Au départ, les vêtements Baby's Own® — la marque bien connue des vêtements pour nouveau-nés fabriqués par l'entreprise — n'ont obtenu qu'un succès mitigé. Cependant, la propriétaire de Mockingbird, Mme Rika Muratsubaki, bien épaulée par un membre de la section commerciale de l'ambassade du Canada à Tokyo, a réussi à élargir la clientèle de St. Lawrence Textiles. Ses nombreux contacts, au départ à Tokyo et ensuite, dans les autres grands centres, ont permis à Baby's Own® de s'imposer comme marque de vêtements de qualité pour enfants. St. Lawrence a pris des mesures pour assurer un approvisionnement continu du

marché japonais, quelle que soit la période de l'année, ainsi que des livraisons rapides aux clients renouvelant leurs commandes, tout en proposant des vêtements novateurs, qui répondent aux souhaits des parents. Par exemple, le Wraparound® Baby's Own® est un sous-vêtement qui est devenu très populaire grâce au côté pratique de sa conception unique.

La dernière innovation de l'entreprise, le Sock-foot Sleeper (brevet en instance), est un pyjama muni de chaussettes tricotées, ajustées mais extensibles, qui gardent constamment au chaud les petits pieds des bébés. Les chaussettes ont des semelles anti-dérapantes pour empêcher les bébés de glisser, et le pyjama peut être porté avec des chaussures. Le succès de ces articles et d'autres produits Baby's Own® a aidé Mme Muratsubaki et St. Lawrence à s'implanter solidement sur le marché japonais.

voir page 8 — Baby's

Le CANDU en Chine — suite de la page 1

rôle dans la conclusion du marché en 1996.

Le réacteur CANDU de la tranche 2 de Qinshan III doit entrer en exploitation en novembre 2003. L'électricité générée par les deux réacteurs alimentera la zone de grande activité économique de l'est de la Chine, où est situé le principal centre commercial, Shanghai.

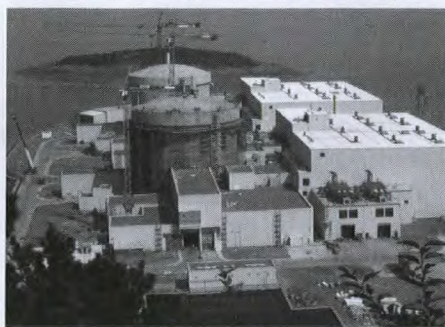
Dans une allocution prononcée au cours de la cérémonie d'ouverture, M. Li Dingfan, président de la China National Nuclear Corporation (CNNC — Société nucléaire nationale de Chine), a affirmé qu'il était très satisfait des résultats et il a confirmé que la coopération avec le Canada se poursuivrait.

Fruit des efforts d'Équipe Canada

En qualité de responsable du projet de construction des réacteurs, EAACL a dirigé une équipe internationale composée d'entreprises du Canada, de la Chine, du Japon et des États-Unis. Du point de vue de la participation canadienne, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Ressources naturelles Canada ont joué un rôle de

premier plan dans les efforts de commercialisation d'Équipe Canada sous la direction du Premier ministre, remontant à 1994.

La centrale CANDU de Qinshan est le plus important projet d'infrastructure à participation étrangère réalisé en Chine, et les travaux de la première tranche ont été accomplis



Vue de Qinshan III : le deuxième réacteur au premier plan et, à l'arrière, le premier réacteur.

plus rapidement que prévu, en moins de 54 mois, soit un record pour la construction d'un premier réacteur CANDU dans quelque pays que ce soit. En outre, le projet s'est déroulé de manière efficace et suivant

des normes de sécurité élevées grâce à l'application de technologies novatrices de planification et de construction.



Débouchés futurs

Afin de répondre aux besoins futurs en électricité de l'économie qui affiche la croissance la plus rapide au monde, la Chine a élaboré un programme d'envergure pour l'expansion de l'énergie nucléaire. En conséquence de l'achèvement réussi et plus rapide que prévu de la première tranche de Qinshan III, EAACL et l'industrie nucléaire canadienne auront un important avantage lorsque se présenteront de nouvelles occasions de réaliser des ventes en Chine et en Asie.

Pour plus de renseignements sur ce projet ou sur les débouchés, communiquer avec M. Neil Clegg, consul général adjoint et délégué commercial principal, consulat général du Canada à Shanghai, tél. : (011-86-21) 6279-8402, téléc. : (011-86-21) 6279-8401, courriel :

neil.clegg@dfait-maeci.gc.ca
(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Pleins feux sur la Chine et Hong Kong ».)

Le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada demeure à l'écoute de sa clientèle. Voici les points essentiels du sondage auprès des clients 2002, notre troisième. Pour obtenir de plus amples renseignements sur nos services ou d'autres résultats concernant nos sondages, consultez : www.infoexport.gc.ca.

Résumé des conclusions relatives aux services fournis pendant l'année civile 2001

- Plus de 1500 entrevues téléphoniques auprès de clients canadiens sélectionnés de façon aléatoire
- Des entrevues avec des clients d'affaires et des clients partenaires de tout le pays au sujet de certains des plus de 15 000 services fournis à travers le monde
- Taux de réponse très élevé, soit 79 %, pour la troisième fois
- Dans l'ensemble, 79 % des personnes interrogées étaient satisfaites des services (les mêmes résultats que les deux derniers sondages)
- 76 % des clients d'affaires sont des PME dont le total des ventes représente moins de 25 millions de dollars par année

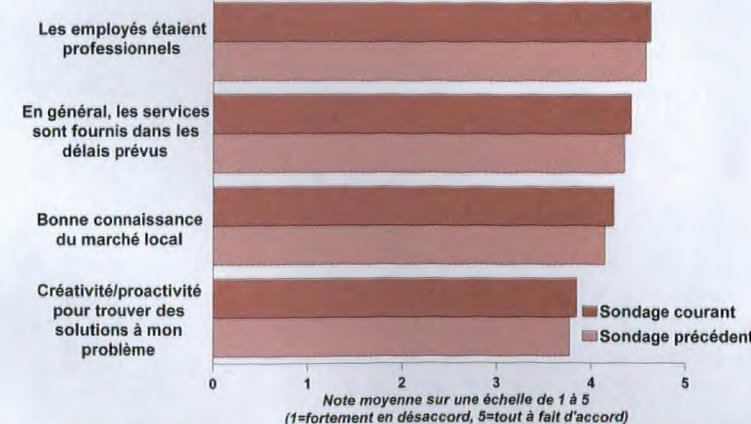
Qu'est-ce qui importe le plus aux clients ?

Les attributs les plus appréciés se concentrent dans quatre grandes catégories : *le service professionnel, les délais de réponse, offrir des avantages à valeur ajoutée, et la contribution du SDC aux résultats des clients*

Comment avons-nous réussi ?

Catégories à haut rendement : professionnalisme, délais de réponse, connaissance du marché local, économie de temps et d'argent, et aide pour prendre de meilleures décisions d'affaires

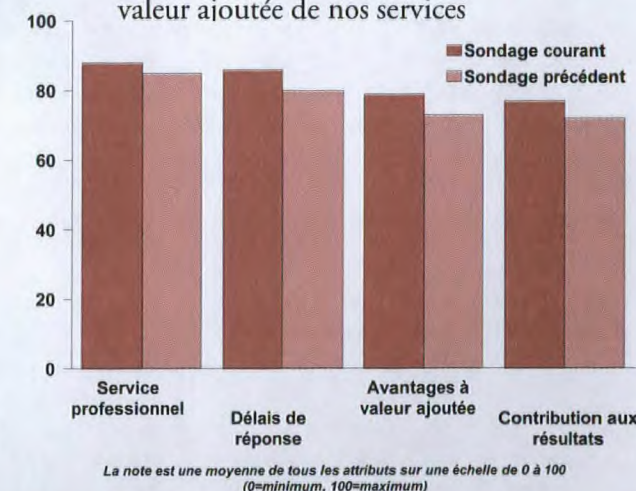
Principaux domaines à améliorer : être plus créatifs/proactifs dans la recherche de solutions, offrir des services plus cohérents, aider à être plus concurrentiels, et aider à venir à bout de la bureaucratie



Nous améliorons-nous ?

Le SDC s'est amélioré dans toutes les catégories prisées par les clients

Les améliorations les plus marquées concernaient les délais de réponse et la valeur ajoutée de nos services



Qu'est-ce qui compte pour les clients ? Nous continuons de nous améliorer :

- En demandant à nos gestionnaires de se pencher sur ce qui importe le plus aux clients et de maintenir un niveau de satisfaction élevé
- En améliorant la cohérence, en rendant notre personnel plus responsable de la qualité des services
- En rendant prioritaire le fait de mieux vous informer quant aux modalités d'accès à nos services
- En envoyant des équipes de formation dans nos bureaux à l'étranger afin d'améliorer la prestation de nos services dans certaines régions
- En discutant des commentaires reçus des clients, lors de la réunion de tous nos gestionnaires, en novembre 2002
- En personnalisant davantage les services grâce au Délégué commercial virtuel sur Internet afin d'offrir des pages Web personnelles aux clients réguliers

Vos commentaires et vos suggestions sont toujours appréciés, et nous vous invitons à communiquer avec un de nos agents au numéro suivant, sans frais au Canada : 1-888-306-9991.

Calendrier des événements

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

NEW DELHI, INDE — Septembre 2003 — **IFE India 2003** est la deuxième exposition internationale annuelle consacrée aux produits alimentaires, aux boissons et à l'accueil. **Pour informations** : M. Ram Gupta, conseiller principal (Commerce), haut-commissariat du Canada en Inde, tél. : (011-91-11) 2687-6500, téléc. : (011-91-11) 2687-5387/6579, courriel : ram.gupta@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Anita Verma, gestionnaire de projet, ITE Group, téléc. : (011-91-11) 2631-9416/9574, courriel : iteindia@vsnl.in

FRANCFORT, ALLEMAGNE — 18-20 novembre 2003 — Agriculture et Agroalimentaire Canada organise un pavillon canadien à **Food Ingredients Europe 2003**. **Pour informations** : M. Michael Price, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7509, téléc. : (613) 759-7480, courriel : pricewm@agr.gc.ca internet : www.fi-events.com

ENVIRONNEMENT

PUERTO MONTE, CHILI — 19-22 mars 2003 — **AQUASUR 2003** est une foire commerciale internationale consacrée

à l'aquaculture. **Pour informations** : M^{me} Francesca Massa (organisatrice), tél. : (011-56-2) 756-5404, courriel : fmassa@aqua.cl ou M^{me} Alisha O'Hanlon, agente commerciale, ambassade du Canada, Santiago, tél. : (011-56-2) 362-9660 ext. 3360, courriel : alisha.ohanlon@dfait-maeci.gc.ca

SERVICES

JEDDAH, ARABIE SAOUDITE — 25-28 mars 2003 — et **MUSCAT, OMAN** — 14-16 avril 2003 — Les salons **Middle East Education and Training Exhibition**, à Jeddah et **Gulf Higher Education Exhibition**, à Muscat, sont deux événements d'importance dans le domaine de l'éducation; de nombreuses universités étrangères y participent pour effectuer de la promotion et du recrutement. **Pour plus d'informations**, communiquer avec M. Carl Pilon, délégué commercial, ambassade du Canada en Arabie Saoudite, tél. : (011-966-1) 488-2288, téléc. : (011-966-1) 488-0137, courriel : carl.pilon@dfait-maeci.gc.ca Ces deux salons sont représentés au Canada par le Canadian Education Network; communiquer avec M. George Chrysomilides, tél. : (604) 731-9663, courriel : cen@cpiconsult.com internet :

www.cpiconsult.com Voici les adresses internet des compagnies qui organisent ces deux salons : www.acexpos.com (MEETE, Jeddah) et www.oite.com (GHEDEX, Muscat). ✳

AIMEX en Australie

SYDNEY, AUSTRALIE — 9-12 septembre 2003 — L'**Asia Pacific International Mining Exhibition (AIMEX)** est la troisième exposition la plus importante au monde dans le secteur minier. AIMEX qui a lieu en Australie depuis les années 1970, attire 15 000 personnes clés du secteur. Il est nécessaire de réserver tôt car l'espace aux stands nationaux canadiens est limité.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Francis L. Bourqui, directeur, Expansion des marchés internationaux, CAMESE, tél. : (905) 513-0046, poste 303, téléc. : (905) 513-1834, courriel : bourqui@camese.org internet : www.camese.org pour AIMEX : www.aimex.reedexhibitions.com.au/ ✳

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

LE CANADA SUR L'ÉCHIQUIER MONDIAL

Le Canada est le pays le plus branché et comptant le plus grand nombre d'ordinateurs personnels par habitant, après les États-Unis.

Pour d'autres renseignements sur la compétitivité du Canada, cliquer sur <http://investincanada.gc.ca>

Baby's Own®

— suite de la page 6

Les articles de qualité de l'entreprise sont disponibles au Canada dans les rayons des grands magasins et les boutiques où l'on vend des vêtements haut-de-gamme pour bébés. Grâce à la récente expansion de son activité au Japon, St. Lawrence a confirmé sa réputation de fabricant de vêtements de qualité pour enfants.

Pour informations : M^{me} Joy Vicente, déléguée commerciale, MAECI, tél. : (613) 995-1678, courriel : joy.vicente@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Ruriko Koike, agent commercial, ambassade du Canada, Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-3396, courriel : ruriko.koike@dfait-maeci.gc.ca ✳

Service des renseignements

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

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047