



# CANADÉXPORT

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures

JUN 28 1996

INTERNATIONAL LIBRARY  
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Vol.14 N° 11

17 juin 1996

## La visite du Ministre canadien au Japon attise l'intérêt envers le Canada

La récente visite au Japon du ministre du Commerce international, M. Art Eggleton, a contribué à mettre en évidence et à appuyer les efforts commerciaux des entreprises canadiennes, en particulier des petites et des moyennes entreprises.

Ont également bénéficié directement de cette visite, quatre des sept secteurs clés du *Plan d'action du Canada pour le Japon*, à savoir les matériaux de construction et l'habitation, le mobilier, le tourisme et les aliments transformés.

La visite du Ministre, qui a eu lieu du 19 au 24 avril dernier, a également réaffirmé le vif désir du Canada de voir le programme de déréglementa-

tion du Japon aller de l'avant, surtout dans les secteurs de l'habitation et des produits de construction.

### Logement

Au chapitre de l'habitation, l'événement marquant de la visite du ministre Eggleton a été l'ouverture officielle, à Sendai, de Place Canada, ensemble résidentiel de 59 unités d'habitation préfabriquées (voir l'article à la page 4).

Le Ministre a profité de l'occasion pour inviter le Japon à acheter davantage de matériaux de construction canadiens, notamment des panneaux isolés en maçonnerie de brique, des fenêtres à revêtement d'aluminium et des meubles.

Le Canada, insistant que le programme de réforme et de libéralisation de la réglementation japonaise porte sur toutes les barrières, notamment les droits de douane, s'est dit tout à fait disposé à aider le Japon à atteindre son objectif, à savoir de réduire d'un tiers le coût de construction des logements.

### Priorités et promotions

À Tokyo, M. Eggleton s'est entretenu avec M. Shoichiro Toyoda (en sa qualité de président de Keidanren) et avec M. Koichi Ejiri, co-président de la Canada-Japan Business Conference (CJBC). (Le Keidanren, ou fédération d'organismes économiques, est une organisation à but non lucratif regroupant tous les secteurs économiques du Japon.)

Les bases ont été jetées en vue d'une mission de haut niveau au Canada durant laquelle il sera question des nouveaux débouchés com-

Voir page 3 - Visite

## Service de commercialisation pour exportateurs de produits agroalimentaires

Des exportateurs canadiens de produits agroalimentaires profitent déjà de débouchés à l'étranger grâce à un service qui existe maintenant depuis un an et qui vise essentiellement à aider le secteur agroalimentaire canadien à atteindre l'objectif de 20 milliards de \$ d'exportations d'ici l'an 2000.

Le Service de commercialisation agroalimentaire internationale (SCAI) — annoncé tout d'abord dans les numéros du 4 et du 17 juillet 1995 de *CanadExport* — est une initiative conjointe d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), en collaboration avec les missions, et les points de service régionaux (dont les bureaux régionaux de AAC, les centres du commerce international et les centres de services aux entreprises).

Un tel partenariat repose sur une étroite coordination. Le but recherché est de s'assurer que les clients reçoivent pratiquement un service de « guichet unique » de la part des prestataires de service au développement du commerce international qui sont possiblement leur premier point de contact.

Cette collaboration, dont l'objectif commun est d'améliorer la performance à l'exportation de l'industrie agroalimentaire canadienne, tient

Voir page 6 - Service

## CANADÉXPORT EN DIRECT

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/français/news/newsletr/canex>

## DANS CE NUMERO

LES TRUCS DU MÉTIER .....	2
SUPPLÉMENT SUR L'AFRIQUE DU SUD .....	I-XVI
CONSTRUIRE AU JAPON .....	4
FOIRES COMMERCIALES .....	5
OCCASIONS D'AFFAIRES .....	7
PUBLICATIONS .....	8

## LES TRUCS DU MÉTIER

### Une société d'Ottawa choisit l'Afrique du Sud pour faire ses premiers pas dans l'univers du commerce extérieur

La société Intermark Environmental Solutions Inc., créée il y a à peine deux ans, n'a pas choisi l'Afrique du Sud comme premier marché d'exportation par hasard, mais plutôt grâce à une sérieuse étude du marché et à un peu d'aide.

M. Ron Riggs, président de la société Intermark, était à la recherche d'un marché d'exportation doté d'un code de l'environnement assez strict, ainsi que d'un avenir économique prometteur et d'importants bailleurs de fonds.

Son choix s'est arrêté sur l'Afrique du Sud après avoir mené une enquête sur les réalités locales et pris conseil auprès du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à Ottawa.

« Alors que tout le monde se dirige vers l'Asie du Sud-Est et l'Australie, le marché sud-africain nous semblait prometteur pour nos produits et nos services », souligne M. Riggs.

Son choix s'est déjà révélé rentable puisque la petite société d'Ottawa est sur le point de conclure une entente de 10 millions de dollars US pour la construction d'une usine de gestion de déchets dangereux clés en main en Afrique du Sud, la première installation du genre dans l'hémisphère Sud.

Et ce n'est pas tout!

La jeune entreprise mène de front au moins deux autres projets en Afrique du Sud, l'un dans une grande agglomération urbaine, et

l'autre, en collaboration avec une société locale avec laquelle elle a signé un contrat de coentreprise pour le transfert de technologie, avec possibilité d'expansion sur d'autres marchés en Afrique du Sud, au Moyen-Orient et en Inde.

#### À l'image de l'Équipe Canada

En tant que petite entreprise accédant à son premier marché international, Intermark trouvait que ce premier projet allait au-delà de ses capacités.

Cependant, grâce à l'aide de différents organismes gouvernementaux, d'agents de commerce et d'agents diplomatiques, Intermark a pu affronter la concurrence internationale, répondre aux besoins de ses clients et poser les jalons de ses projets futurs.

« C'est en janvier, et grâce aux bons offices du haut-commissaire du Canada à Johannesburg, se rappelle M. Riggs, que nous avons rencontré notre futur client, une grande société de produits chimiques. »

Les délégués commerciaux du Canada lui ont été d'un très grand secours en tant que société ayant à traiter avec les différents paliers de

gouvernement d'Afrique du Sud (municipal, provincial et national).

« En plus de nous présenter à des personnes-ressources clés, ils nous ont fourni un bon soutien logistique, ajoute M. Riggs, aussi bien en Afrique du Sud qu'à Ottawa, ainsi que de précieux conseils sur la manière de traiter avec les agents locaux ».

Intermark tient également à faire état de l'appui financier que la Corporation commerciale canadienne (CCC) et la Société pour l'expansion des exportations (SEE) lui ont accordé, ainsi que des « nombreux conseils offerts gracieusement au-delà de leur mandat ».

« Bref, toute l'aide que nous avons reçue était à l'image de l'approche de l'Équipe Canada », ajoute-t-il.

#### Le produit

Intermark se spécialise dans l'élimination des matières dangereuses et toxiques comme les BPC, les pesticides et les résidus de peinture. Étant conçus à partir d'une technologie abordable, flexible, robuste et relativement simple à exploiter et à apprendre, ses produits répondent tout particulièrement aux besoins des marchés naissants.

Son système, connu sous le nom de pyrolyse, repose sur un procédé de combustion à très haute température (perfectionné par Intermark) qui permet de fractionner la structure moléculaire des déchets de façon à laisser uniquement un gaz simple ou un laitier inerte.

Bien que le coût en capital d'un système de pyrolyse au plasma (combustion en présence d'un gaz ionisé et en l'absence d'oxygène, afin de créer la plus grande source de

Voir page 8 — Intermark

## Visite ministérielle au Japon

(Suite de la page 1)

merciaux dans trois secteurs clés : les technologies de l'information, les aliments transformés, ainsi que les habitations industrialisées et les matériaux de construction.

Durant un entretien privé avec M. Ejiri (en sa qualité de président de Mitsui), on a rappelé l'importance que revêtaient les relations personnelles étroites pour la croissance des relations entre les deux pays et pour les propres intérêts de Mitsui au Canada.

Par ailleurs, le président de Mitsui Canada, M. Shinji Teshima, a remarqué que les entreprises canadiennes étaient devenues visiblement plus audacieuses en tant qu'exportatrices, une tendance qui semble se traduire par une croissance rapide des exportations et un pourcentage accru de la part des exportations dans le produit intérieur brut canadien. La collaboration avec un pays tiers, à savoir la Chine et l'Inde, a également été reconnue comme étant une possibilité.

La campagne de promotion des produits alimentaires et du tourisme, intitulé « Le homard nouveau du Canada atlantique » qui doit durer un mois, a été lancée au cours d'un déjeuner qui a attiré, en plus de personnalités importantes de l'industrie canadienne du tourisme, 360 représentants du secteur alimentaire et de l'industrie touristique du Japon, dont 130 médias spécialisés en alimentation et en tourisme.

La promotion du homard a fait principalement appel à la participation de la société Prince Hotels Inc., de la compagnie aérienne Canadien International, du Partenariat de l'industrie touristique du Canada atlantique, de la Commission cana-

dienne du tourisme, et de l'ambassade du Canada à Tokyo.

#### Image positive

En public, la présence des entreprises canadiennes au Japon que M. Eggleton a contribué à mettre en évidence, a fait l'objet d'une excellente couverture dans les médias régionaux et nationaux, tant dans les journaux ordinaires que dans la presse commerciale, ainsi qu'à la télévision.

L'allocation du Ministre devant la Chambre de commerce du Japon sur le thème : « Un programme d'action coopératif pour le Japon », a porté principalement sur les objectifs bilatéraux, régionaux et mondiaux qui contribueraient à la croissance de débouchés, des affaires et des emplois. Parmi ces objectifs, citons l'exploitation de ressources servant à faire connaître les immenses possibilités qu'offrent nos relations bilatérales, l'élimination des obstacles dans les deux économies pour accroître la compétitivité des entreprises; l'offre aux investisseurs japonais d'un climat d'investissement incomparable; l'application des réformes de la réglementation à des secteurs particuliers d'intérêt commun tels que le logement, l'utilisation de partenariats conjoints pour profiter des débouchés dans les pays tiers, particulièrement dans la région de l'Asie-Pacifique; la libéralisation du commerce et des investissements dans l'APEC (Forum de coopération économique Asie-Pacifique), ainsi qu'une coopération bilatérale élargie sur la scène internationale.

Dans son allocution, M. Eggleton a souligné que le Canada continue non seulement d'être un important fournisseur de canola, de blé, de pâte à

papier, de bois d'œuvre, de charbon et d'aluminium du Japon, mais qu'il devient également un important exportateur de matériel de télécommunications, d'avions d'affaires et d'hélicoptères.

Autres réalisations positives : nos clients japonais ont l'an dernier acheté pour plus de 100 millions de \$ de logiciels canadiens; le tourisme japonais (670 000 visiteurs l'an dernier) au Canada est en pleine explosion; les ventes (plus de 130 millions de \$ en 1995) de produits de construction canadiens et de maisons préfabriquées ont affiché le gain le plus important; l'investissement japonais au Canada a continué d'augmenter; et Toyota et Honda ont tous deux annoncé leur intention de doubler leur production au Canada d'ici quelques années.

En privé, les discussions se sont déroulées de façon tout aussi positive. Le Ministre a échangé des idées avec un grand nombre de chefs d'entreprises et de décideurs. Ils ont abordé des sujets comme l'orientation future de l'économie japonaise, les pronostics en matière de décentralisation et de réforme de la réglementation, l'évolution du marché japonais, et les perspectives d'avenir du commerce et de l'investissement avec le Canada. Tous ont convenu que l'industrie japonaise désire avoir des liens plus étroits avec le Canada.

#### Renseignements

Pour de plus amples renseignements sur le commerce entre le Canada et le Japon, communiquer avec la Direction du Japon, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ottawa, tél. : (613) 995-1281; fax : (613) 943-8286.



#### À la recherche de débouchés extérieurs?

Assurez-vous d'être inscrit dans la banque de données du réseau WIN Exports si vous voulez faire connaître le savoir-faire de votre entreprise aux acheteurs étrangers. Télécopiez votre demande sur papier à en-tête au 1-800-667-3802 ou au (613) 944-1078.

CANADÉXPORT ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi  
Rédacteur délégué : Don Wight  
Rédacteur adjoint : Louis Kovacs  
Mise en page : Yen Le  
Publication : Boîte Noire

Tél. : (613) 996-2225  
Fax : (613) 992-5791  
Courrier électronique : canad.export@extott07.x400.gc.ca  
Tirage : 40 000 exemplaires.

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 CANADÉXPORT.

CANADÉXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais du Commerce international (MAECI), Direction des services de communication. Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous, avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPORT (BCT), Ministère des Affaires étrangères, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2

## Les maisons canadiennes connaissent du succès au Japon

Par suite de la vogue croissante, au Japon, des maisons à ossature de bois de style nord-américain, le Canada est devenu le chef de file mondial en tant que fournisseur de maisons préfabriquées dans ce pays.

La prédominance du Canada dans ce domaine a fait les manchettes au Japon en avril dernier, lorsque le ministre du Commerce international, M. Art Eggleton, a inauguré officiellement « Canadian Place ».

Construit par Selco Homes de Sendai, « Canadian Place » (un nouvel ensemble résidentiel de 59 maisons canadiennes à Sendai, dans une ville du nord du Japon) comprend des maisons fournies par Nu-Fab, de Saskatoon (Saskatchewan), Royal Homes, de Wingham (Ontario), et Newton Homes, de Newton (Manitoba).

Ces trois petites et moyennes entreprises figurent parmi les cinq sociétés canadiennes qui ont exporté quelque 400 maisons à Selco Homes, en 1995. Les deux autres sont Viceroy, de Scarborough (Ontario), et MMH Prestige, de Sussex (Nouveau-Brunswick).

Cette année, Selco, l'un des plus gros importateurs de maisons pré-

fabriquées canadiennes dans le monde, prévoit acheter et vendre plus de 600 maisons de ces 5 fournisseurs canadiens.

Ces maisons, fabriquées au Canada et expédiées prêtes à être montées, contiennent également des produits finis fabriqués par des entreprises canadiennes comme Loewen Windows, de Steinbach (Manitoba), Gentech, de Dalton (Québec), et Madawaska Doors, de Bolton (Ontario).

Parmi les autres composants à grande valeur ajoutée de ces maisons, mentionnons des armoires de cuisine, des cages d'escalier et des revêtements de sol. Tous ces éléments sont fabriqués par des entreprises canadiennes et constituent une véritable consécration pour l'esprit Équipe Canada.

Qu'est-ce qui a fait du Canada le plus gros fournisseur de maisons préfabriquées du Japon, surpassant même les États-Unis?

Ce phénomène peut être attribué, dans une grande mesure, aux efforts de déréglementation du gouvernement du Japon et aux changements survenus dans les goûts et les besoins des consommateurs de ce pays, qui apprécient la solidité, la vitesse et la facilité de construction de ces maisons à ossature de bois, de même que leur résistance aux tremblements de terre, leur taux d'isolation élevés et leur conception de style occidental.

Les exportations canadiennes de maisons préfabriquées au Japon (elles devraient doubler encore cette année) sont passées de 54 millions de \$ en 1994 à plus de 130 millions de \$ en 1995. Plus de 120 PME canadiennes font des affaires sur le marché japonais de l'habitation.

Pour de plus amples renseignements sur les débouchés dans le secteur de la construction au Japon, communiquer avec M. Wayne House, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 995-1678, fax : (613) 943-8286.

## Des chefs d'entreprises se rencontrent à la conférence Asie-Pacifique

Accroître la présence des entreprises canadiennes dans la région Asie-Pacifique fut l'un des thèmes abordés à la conférence portant sur la promotion du commerce et de l'investissement canadiens en Asie-Pacifique, qui a eu lieu à Tokyo le 24 avril dernier.

17 dirigeants d'entreprises en provenance de 9 pays de l'Asie-Pacifique, 15 délégués commerciaux principaux et 3 directeurs de programme de l'Agence canadienne de développement international, représentant les principaux marchés de la région, ont pris part à cette manifestation présidée par le ministre du Commerce international, M. Art

Eggleton, lors de sa visite bilatérale au Japon.

Les débats ont également porté sur les débouchés qu'offre la région, les obstacles au commerce et à l'investissement, les défis (et tendances) en matière de commerce et d'investissement auxquels font face les entreprises et les gouvernements de la région, ainsi que le rôle des pouvoirs publics relativement au soutien accordé à la promotion du commerce international dans la région (un soutien plus rentable, à valeur ajoutée).

Parmi les sujets de préoccupation commune qui se sont dégagés, men-

tionnons la reconnaissance que la façon d'aborder un marché varie d'une région à l'autre, la nécessité pour les banques et la Société pour l'expansion des exportations (SEE) d'être plus dynamiques quant au soutien qu'elles accordent aux entreprises canadiennes dans la région, la mise en place de politiques intérieures et d'incitatifs visant à encourager les sociétés canadiennes à investir en Asie et à attirer les investisseurs asiatiques au Canada, et la nécessité d'avoir recours aux Canadiens d'origine asiatique, notamment pour aider les petites et les moyennes entreprises à explorer et à exploiter les débouchés qu'offre l'Asie.



Canada-Afrique du Sud

## La renaissance continue

Même si elle est encore aux premiers stades de sa transition politique et économique, l'Afrique du Sud attire de plus en plus l'attention des autres pays et des investisseurs. Des entreprises canadiennes, de grande aussi bien que de petite taille, y tirent avantageusement parti des possibilités d'exportation, de création de coentreprises et d'investissement qu'offre la nouvelle Afrique du Sud. En deux années seulement, le commerce bilatéral s'est accru de près de 150 %, et plus d'une soixantaine d'entreprises canadiennes se sont établies d'une manière ou d'une autre en Afrique du Sud pour faciliter l'exportation de leurs produits et de leurs services. Cette croissance rapide touche une vaste gamme de produits et de services.

Que nous enseigne l'expérience de ces entreprises? Elle souligne que, pour ceux qui ont des produits ou des services innovateurs et concurrentiels, l'Afrique du Sud constitue un nouveau marché prometteur qui mérite considération et qui présente la double caractéristique assez unique d'être une économie développée et en pleine croissance.

Ce supplément spécial apporte une mine de renseignements pour mieux faire des affaires en Afrique du Sud. On y trouvera des données utiles sur le marché, des réponses aux questions les plus courantes, et une indication précise où obtenir une aide complémentaire. Le supplément a été conçu de façon à pouvoir être détaché aisément et conservé comme document de référence. On pourra s'en procurer des copies supplémentaires auprès de l'InfoCentre du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), tél. : 1-800-267-8376 (Ottawa : 944-4000), fax : (613) 996-9709.

## La période de transition engendre croissance et débouchés

L'Afrique du Sud a subi, et continue de subir, des transformations profondes telles qu'il est difficile de saisir l'ampleur des changements et du progrès.

Ces conditions peuvent décourager les gens d'affaires étrangers : une impression d'instabilité peut l'emporter sur une analyse soignée des possibilités. Or, sur le plan de la transition politique et économique, le gouvernement de l'Unité nationale, sous l'autorité de M. Nelson Mandela, reste décidé à créer des possibilités pour tous les Sud-Africains tout en veillant à réserver un bon accueil aux gens d'affaires étrangers.

### Signes de progrès

Il existe des signes probants d'un

nouvel essor économique. En 1995, l'activité économique s'est accrue à un taux de plus de 3 %, qui était supérieur au taux de croissance démographique. Cette croissance est stimulée surtout par l'établissement et l'expansion des petites, moyennes et micro-entreprises — aussi bien dans le secteur manufacturier que dans celui des services — ainsi que par l'impulsion nouvelle du secteur du tourisme et des services financiers, et par l'expansion de

L'exploitation minière, si longtemps le fondement de l'économie de l'Afrique du Sud, demeure une activité importante, mais sa part

dans la production globale et dans l'ensemble des revenus d'exportation décroît d'année en année.

L'Afrique du Sud, dont l'économie demeure la plus importante de l'Afrique subsaharienne est, selon

Voir page IX — La transition

### DANS CE NUMÉRO

LIENS COMMERCIAUX FRUCTUEUX.....II
LES TRUCS DU MÉTIER.....III-IV
L'ÉTAT ARC-EN-CIEL.....V
PORTE D'ACCÈS AU CONTINENT.....VI
BUREAU COMMERCIAL CANADIEN.....VII
CONSEILS D'AFFAIRES PRATIQUES.....XI
GUIDES DE DÉBOUCHÉS.....XIII
FOIRES COMMERCIALES.....XIV-XV
RENSEIGNEMENTS.....XVI

## Liens commerciaux fructueux entre le Canada et l'Afrique du Sud

*Le commerce bilatéral continue d'enregistrer une forte croissance depuis la normalisation des relations commerciales du Canada avec l'Afrique du Sud en septembre 1993, et la mission commerciale d'Équipe Canada au début de 1994. Dans tout l'éventail des relations commerciales, depuis les exportations à la création de coentreprises et à l'investissement direct, la reprise continue de faire sa marque.*

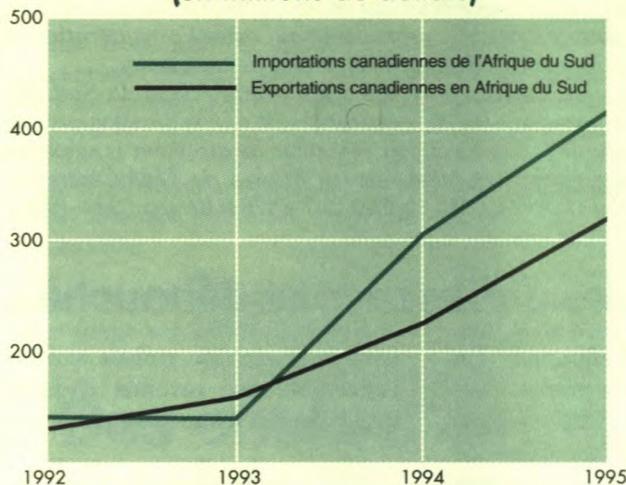
De 1993 à 1995, le commerce bilatéral s'est accru de plus de 145 %, passant de 299 millions de \$ à 738,5 millions de \$. Ces chiffres n'incluent pas les services ni les investissements directs. Selon les statistiques officielles, les exportations du Canada à destination de l'Afrique du Sud ont augmenté de 42 % en 1995, atteignant 321,5 millions de \$. Ce taux de croissance s'est avéré constant au cours des deux dernières années. Les exportations du Canada vers l'Afrique du Sud se classent dorénavant au même rang que celles destinées au Chili, à l'Inde et à la Malaisie, et elles distancent de loin les exportations à destination de la

marché. La perspective de la privatisation de certaines sociétés d'État (« paraétatiques » en Afrique du Sud) devrait contribuer à cette revitalisation générale.

L'accès au marché de l'Afrique du Sud sera facilité au cours des mois et des années à venir alors que les mesures de libéralisation du commerce entreront en vigueur. Les

Voir page X – Liens commerciaux

**Commerce Canada-Afrique du Sud  
(en millions de dollars)**



Sources : Statistique Canada

Russie, de la Pologne, de l'Argentine et de Cuba. Les entreprises canadiennes ont accru leurs ventes de biens et de services dans un grand nombre de catégories. La croissance la plus marquée touchait les secteurs non traditionnels, notamment bon nombre de produits manufacturés.

La déréglementation contribue également à ouvrir des secteurs importants de l'économie sud-africaine, dont certains avaient fait longtemps l'objet de monopoles. Un certain nombre de contrats de longue durée sont sur le point d'arriver à échéance, dans le secteur des télécommunications en particulier. Quelques-uns des grands conglomérats commencent à offrir diverses subventions afin de favoriser le développement économique, ce qui a pour effet de créer un climat propice à la libéralisation du

### De nouvelles ententes bilatérales raffermissent les relations commerciales

À la fin de novembre 1995, les gouvernements du Canada et de l'Afrique du Sud ont signé deux ententes devant raffermir les relations commerciales entre les deux pays.

**La Convention de double imposition** sert à préciser les relations et les responsabilités fiscales de particuliers et d'entreprises du Canada faisant des affaires en Afrique du Sud. Elle prévoit des taux d'imposition plus faibles dans certains cas. Par exemple, la retenue d'impôt sur les dividendes est abaissée à 5 % pour les entreprises ayant une participation d'au moins 10 % dans l'entreprise versant les dividendes. D'autres taux d'imposition, dont ceux qui s'appliquent aux redevances et aux paiements d'intérêt, sont aussi abaissés et, dans certains cas, supprimés.

**L'Accord sur la protection (et l'encouragement) des investissements étrangers (APIE)** vient s'ajouter à la série d'accords de même nature que le Canada négocie avec différents pays en essor.

Un APIE est un accord bilatéral qui vise à stimuler et à protéger l'investissement, et qui énonce les droits que chacun s'engage à respecter à l'égard du traitement national et du traitement de la nation la plus favorisée (NPF), de l'expropriation, du transfert des capitaux, du règlement des différends et d'autres mesures d'investissement liées au commerce. Les APIE réduisent les risques sur le plan politique ainsi que le coût des assurances et d'autres aspects, et accroissent la confiance des entreprises investissant à l'étranger.

**Pour de plus amples renseignements**, s'adresser au MAECI ou au Consulat général de l'Afrique du Sud (voir page XVI).

## LES TRUCS DU MÉTIER

# Une nouvelle technologie canadienne de la construction s'érige en Afrique du Sud

*Une connaissance à toute épreuve du marché local a mérité à Amakhaya, une petite société de Toronto spécialisée en « technologie de la construction », une place privilégiée en Afrique du Sud.*

Le logement étant une priorité en Afrique du Sud, Amakhaya savait qu'il y aurait dans ce pays un marché pour la technologie canadienne de la construction.

Et lorsque cela offrait la possibilité d'adapter à l'industrie sud-africaine de la construction la technologie mise au point par la société AAB Building Systems, de Cobourg, en Ontario, les chances de succès semblaient encore meilleures.

Sans compter que la technologie d'Amakhaya-AAB offre beaucoup de souplesse, permet la production de matériaux au niveau local, crée des possibilités de transfert technologique et de formation, et introduit de nouveaux concepts en matière d'isolation.

### Jeter les bases

Amakhaya a alors procédé, en 1994, à une importante étude de faisabilité en Afrique du Sud grâce « à l'aide précieuse du Bureau commercial du Canada à Johannesburg », de dire le président d'Amakhaya, M. Jerome Meharchand.

L'étude a permis de constater qu'il n'existait aucun obstacle majeur — d'ordre réglementaire, financier ou fiscal — à l'acceptation du produit.

Plus tard en 1994, à l'occasion du sommet national sur le logement, dont l'hôte était le ministre du Logement, M. Joe Slovo (depuis décédé), Amakhaya s'est fait une idée claire et précise des besoins du marché et de la façon d'adapter son produit aux conditions locales.

« Étant donné les perspectives de moyen à long terme, nous avons apporté les ajustements qui s'imposaient », a expliqué M. Meharchand.

Depuis, Amakhaya a conclu des

alliances avec de petits et moyens promoteurs et entrepreneurs d'Afrique du Sud, se dotant ainsi d'une liste bien étoffée de partenaires experts de ce nouveau type de construction. La construction d'une usine de fabrication est en chantier, et d'autres projets seront réalisés à mesure que la technologie aura été implantée dans diverses provinces.

### Appui des délégués commerciaux du Canada

D'après M. Meharchand, le Bureau commercial du Canada à Johannesburg a été utile de plus d'une façon — par exemple « en étant pleinement disponible ».

« Même si nous connaissions bien le pays », se souvient M. Meharchand, « les délégués commerciaux du Canada nous ont fourni de précieux renseignements sur l'avenir de l'industrie du logement en Afrique du Sud. »

Amakhaya a également pu consulter une liste de sociétés canadiennes qui œuvrent déjà sur le marché sud-africain du logement, et le Bureau commercial lui a remis les noms de personnes-ressources occupant des postes clés au sein du gouvernement.

M. Meharchand ajoute : « Un délégué commercial était également présent à l'ouverture de notre première maison témoin en juin dernier, prenant la parole et rencontrant les invités et les médias, pour appuyer nos efforts en Afrique du Sud. »

### Nouvelle technologie

Le système de construction mis au point au Canada — perfectionné par AAB et adapté par Amakhaya — se caractérise avant tout par ses coffrages, moulés en creux faits de

polystyrène. Le béton est coulé dans les coffrages, qui sont reliés entre eux au moyen d'un mécanisme de verrouillage breveté, lequel assure une barrière de vapeur adéquate et une bonne imperméabilisation.

Le béton « prend » dans des conditions optimales; ainsi, la saison de construction dure toute l'année, même dans des conditions d'humidité extrême.

En outre, comme le polystyrène reste en place, il sert d'isolant à toute épreuve, par temps froid et chaud. Il y a peu d'immeubles isolés en Afrique du Sud, même si, dans les trois quarts du pays, les hivers sont frais et il neige parfois.

Le processus de fabrication et de construction est respectueux de l'environnement, se déroule simplement une fois en place la petite usine de production de coffrages, et engendre une structure résistant au feu.

La technologie d'AAB a toute une gamme d'applications, allant des logements à prix modiques aux logements de haute gamme, aux écoles, aux cliniques, aux hôtels et à d'autres immeubles de hauteur faible à moyenne.

### Association avec AAB

C'est Amakhaya qui a pris contact avec AAB il y a environ trois ans après avoir pris connaissance de comptes rendus sur la nouvelle technologie — mise au point des années auparavant — qu'AAB avait perfectionnée et commercialisée partout dans le monde.

À vrai dire, c'est durant la cérémonie de signature d'un contrat important entre AAB et le Japon,

Voir page V — Amakhaya

## LES TRUCS DU MÉTIER

### Une grande société pharmaceutique considère l'Afrique du Sud comme une porte d'accès au reste de l'Afrique

Apotex Inc. — l'une des plus importantes sociétés pharmaceutiques au monde, qui exporte ses produits à plus de 100 pays — a récemment ajouté l'Afrique du Sud à sa liste croissante de marchés étrangers.

Comptant plus de 2 000 employés au Canada et plus de 2 600 à l'échelle mondiale, cette géante du secteur pharmaceutique a procédé récemment à l'expansion de son usine dans le nord de Toronto, par la construction de nouvelles installations de fabrication et d'emballage visant à accroître sa production pour les marchés étrangers.

« Comme nous faisons des affaires sur tous les continents, le marché mondial est d'une grande importance pour notre croissance future », a affirmé M. Jack Kay, président d'Apotex Inc. Il a ajouté : « Nous agrandissons nos installations au Canada pour approvisionner le marché mondial et l'Afrique du Sud qui présente des possibilités énormes, et qui est la porte d'accès à l'Afrique. »

#### Premières étapes

La société Apotex s'est lancée en affaires en Afrique du Sud l'an dernier, par l'acquisition d'une participation majoritaire dans Acupharm, entreprise établie à Johannesburg, qui distribue des médicaments génériques aux médecins d'Afrique du Sud.

Cette coentreprise est l'initiative de la société Apotex, mais cette géante de Toronto a souvent recours aux services des délégués commerciaux du Canada, notamment lorsque se posent diverses difficultés, par exemple, un problème de langue.

« Les délégués commerciaux à

l'étranger nous aident sur le plan de l'établissement des rapports, de la logistique et du choix des conseillers ou avocats appropriés », explique M. Larry Beare, vice-président d'Apotex chargé de l'expansion internationale, « et la présence de représentants officiels du Canada à des réunions incite à une plus grande confiance en notre entreprise. »

La société, qui exporte déjà environ 40 médicaments génériques, a présenté aux autorités sud-africaines des demandes d'enregistrement de 50 autres produits qu'elle fabrique, suivant un processus semblable à celui qui existe au Canada.

Ces médicaments seront fabriqués dans les installations de Toronto et expédiés en Afrique du Sud où ils seront emballés, entreposés et distribués, ce qui créera des emplois tant pour les Canadiens que pour les Sud-Africains.

#### Pourquoi l'Afrique du Sud?

Selon M. Kay, les ventes de produits pharmaceutiques en Afrique du Sud sont estimées aujourd'hui à 3,7 milliards de \$ US, et les achats de médicaments génériques représentent moins de 10 % de ce chiffre d'affaires, comparativement à environ 40 % au Canada.

Comme les médicaments génériques se vendent généralement de 40 à 50 % de moins que les produits de marque correspondants, ils offrent la possibilité de réaliser des économies

substantielles.

Le gouvernement d'Afrique du Sud cherche à améliorer l'accès aux services de santé et la qualité de ces services et, parallèlement, à en réduire les coûts.

Ainsi, lorsque s'étendra l'assurance-santé, dans le cadre de régimes publics ou privés, l'industrie pharmaceutique connaîtra une forte croissance.

Et, comme cela s'est produit au Canada et ailleurs dans le monde, la croissance de l'industrie pharmaceutique s'accompagnera d'une expansion du segment de marché qu'occupent les produits génériques.

La société Apotex est appelée à voir croître ses exportations, avantage auquel s'ajoutera celui de l'accroissement des emplois aussi bien au Canada qu'en Afrique du Sud.

En fait, Apotex projette de lancer ses nouveaux produits en Afrique du Sud dans le cadre d'une visite à Johannesburg au début de novembre 1996.

« L'Afrique du Sud, souligne M. Kay, offre des possibilités considérables et elle est la porte d'accès au reste de l'Afrique. »

**Pour de plus amples renseignements** sur la société Apotex, communiquer avec M. Larry T. Beare, vice-président chargé de l'expansion internationale, tél. : (416) 749-9300; fax : (416) 749-9578.

## L'Afrique du Sud, l'État arc-en-ciel

### L'Afrique du Sud : pays de diversité

L'Afrique du Sud est un pays caractérisé par une diversité remarquable et des disparités considérables. Situé à l'extrémité australe du continent et réunissant des régions climatiques très diverses, ce pays d'environ 1,23 million km<sup>2</sup> un peu plus étendu que l'Ontario. Sa superficie est supérieure à l'ensemble de celles de la France, de l'Allemagne et de l'Italie.

En 1994, l'Afrique du Sud comptait, selon les estimations, 42,5 millions d'habitants dont 77,4 % de Noirs, 12,2 % de Blancs, 8 % de personnes de couleur (races mixtes), et 2,4 % de personnes d'origine asiatique (répartition selon la classification ethnique courante en Afrique du Sud). Il y existe 11 langues officielles, dont l'anglais; de nombreux Sud-Africains parlent deux langues ou plus. L'anglais est parlé couram-

ment dans la plupart des régions du pays, surtout dans les villes.

En 1996, l'Afrique du Sud doit effectuer un recensement qui devrait fournir les renseignements les plus

régie par une constitution de transition. Les négociations touchant l'adoption du texte final d'une constitution permanente se sont terminées en mai 1996, conformément à l'échéancier établi. Les prochaines élections nationales se dérouleront sous l'égide de cette nouvelle constitution.

La nouvelle constitution ne diffère pas tellement de celle qui a été adoptée à titre transitoire, notamment en ce qui concerne le partage des pouvoirs entre les trois ordres de gouvernement. Les pouvoirs des gouvernements provinciaux en

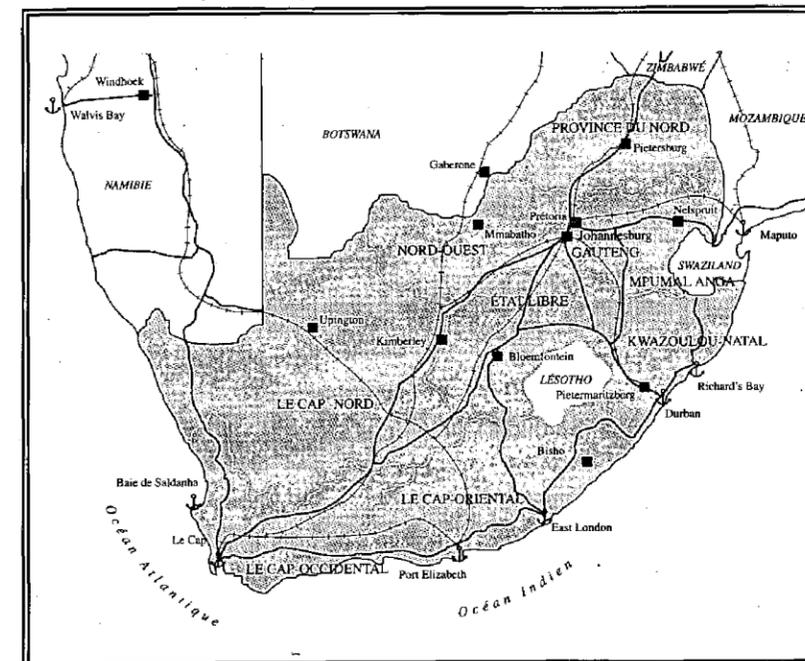
Afrique du Sud seront sensiblement les mêmes qu'au Canada.

Il existe toutefois une différence car le gouvernement de coalition, Government of National Unity (GNU), sera remplacé par un régime fondé sur le principe de la majorité.

précis à ce jour sur sa population. Les données, une fois rendues publiques, permettront aussi de prendre de meilleures décisions en matière de commercialisation, et pour la conduite des affaires en général.

#### Transition politique

Jusqu'en 1999, l'Afrique du Sud sera



## Amakhaya construit des projets solides

(Suite de la page III)

tenu à Cobourg en 1994 — et à laquelle assistait M. Meharchand — qu'on a jeté les bases d'une collaboration future.

« Plus tard cette année-là, nous avons conclu une entente avec AAB », se souvient M. Meharchand, « entente qui nous a permis d'acquiescer, d'AAB, les droits d'appliquer sa technologie partout dans le sud du continent afri-

cain, y compris en Afrique du Sud. »

#### Bonnes perspectives d'avenir

Amakhaya a déjà demandé aux organismes de normalisation compétents d'Afrique du Sud d'homologuer ses produits au chapitre du contrôle de la qualité, homologation qui devrait lui être accordée dans un avenir rapproché.

« Nous sommes également en train de négocier de petits contrats, de dire M. Meharchand, un projet de 200 unités de logement étant en voie de réalisation et, nous l'espérons, de nombreux autres suivront ».

**Pour plus d'information** sur Amakhaya, communiquer avec Amakhaya International Inc. tél. : (416) 466-9709; fax : (416) 466-5833.

## L'Afrique du Sud : porte d'accès à un continent

« La renaissance que nous célébrons en Afrique du Sud est celle de la région et du continent. »

Le président Nelson Mandela

L'Afrique du Sud est non seulement une porte d'accès au continent africain, elle est aussi incontestablement le moteur de l'activité économique dans la région. La plupart des Canadiens sur le marché de l'Afrique du Sud reconnaissent son important rôle éventuel de porte d'accès, du fait de son infrastructure supérieure et de son secteur des transports bien développé.

La propagation graduelle de la démocratie et la libéralisation grandissante des échanges à l'échelle de l'Afrique subsaharienne, dont l'Afrique du Sud, ont favorisé une forte expansion des exportations continentales de ce pays au cours des deux dernières années. En 1994, les exportations en Afrique se sont accrues à un taux estimé de 30 %, puis ont bondi de 60 % au cours des trois premiers trimestres de 1995.

Les institutions bancaires et les autres entreprises du secteur des services de l'Afrique du Sud investissent dans la région et deviennent des partenaires d'institutions régionales. Récemment, l'Afrique du Sud s'est liée à la Banque africaine de développement (BAD), ce qui stimulera la participation des entreprises de construction et de génie du pays à la réalisation de projets à l'échelle du continent.

Par l'intermédiaire d'entreprises de développement de l'Afrique australe, et par des relations bilatérales, l'Afrique du Sud cherche à aider directement les pays voisins dans les domaines comme le développement de l'infrastructure. Notons, par exemple, le méga-projet d'expansion Maputo (Maputo Development Corridor Initiative), d'une valeur

estimée d'un milliard de \$ US, parrainé conjointement par les secteurs public et privé.

Un nombre croissant d'entreprises canadiennes concluent des marchés dans la région par l'intermédiaire de clients ou de partenaires en Afrique du Sud. Les organisations sud-africaines recherchent de plus en plus des partenaires canadiens de langue française ayant de l'expérience dans les pays francophones d'Afrique, en vue

de réaliser des projets dans ces pays, en collaboration avec ces partenaires éventuels, notamment dans les domaines de l'exploitation minière et du génie. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, de concert avec

l'Agence canadienne de développement international, Agriculture et Agroalimentaire Canada, et d'autres organismes fédéraux et ministères provinciaux, achève la mise au point d'un Plan d'action régional pour l'Afrique australe et orientale (PARAAO) afin de tirer parti du nouveau rôle de l'Afrique du Sud comme plaque tournante du commerce en Afrique.

Le PARAAO comprendra des études de marché approfondies, le partage et la diffusion de l'information, des missions commerciales et diverses activités permettant de tirer parti des possibilités offertes par la région.

Pour de plus amples renseignements sur d'autres pays d'Afrique australe, consulter le supplément récent de *CanadExport* sur le Zimbabwe (vol. 14 n° 2) et celui à paraître sur l'Afrique australe (vol. 14 n° 13) que l'on pourra obtenir en s'adressant à l'InfoCentre au 1-800-267-8376 ou, dans la région d'Ottawa, au 944-4000.

## Johannesburg : nouveau centre pour organismes donateurs

L'Afrique du Sud devient de plus en plus un véritable centre d'approvisionnement pour les activités d'aide et de développement des principaux organismes donateurs multilatéraux œuvrant en Afrique. En effet, la Banque mondiale, la Banque africaine de développement, le Programme des Nations Unies pour le développement, et l'Union européenne ont ouvert des bureaux à Johannesburg ou à proximité de la capitale. Il convient de souligner plus particulièrement l'installation récente de bureaux d'approvisionnement pour le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (HCNUR) et pour le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF).

Une des principales fonctions de l'UNICEF est de contribuer à la distribution de fournitures et de matériel dans le cadre des programmes de santé, de nutrition, d'enseignement, d'adduction d'eau et d'assainissement. Par exemple, durant la seule crise du Rwanda, le bureau installé en Afrique du Sud a acheté pour 150 millions de \$ américains de fournitures dans ce pays et à l'étranger.

Le HCNUR, pour sa part, consacre chaque année une partie importante de son budget à l'achat de fournitures et de matériel destinés à l'hébergement, à la fourniture des éléments essentiels et au transport. Une proportion de plus en plus importante de ces

achats est effectuée par son bureau de Johannesburg.

Les représentants de l'UNICEF et du HCNUR sont disposés à rencontrer les responsables d'entreprises canadiennes en visite en Afrique du Sud afin de leur expliquer ce qu'ils doivent faire pour que leurs soumissions soient acceptées, et comment ils doivent s'y prendre pour commercialiser leurs produits.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Rolf Bohlin, agent d'approvisionnement - UNICEF, Pretoria, tél. : (011-27-12) 320-7050, fax : (011-27-12) 320-4085; ou avec M. Lorenzo Witherspoon, agent régional des achats - HCNUR, tél. : (011-27-12) 442-4444, fax : (011-27-12) 442-4117.

## Le bureau commercial canadien à Johannesburg

Les responsables d'entreprise qui se proposent d'exporter leurs produits ou leurs services pour la première fois, ou ceux qui souhaitent en savoir davantage sur les services offerts par le gouvernement du Canada à tous les exportateurs, devraient communiquer dans un premier temps avec le personnel du centre du commerce international (CCI) de leur région. Il existe un tel centre dans chaque province et, dans chacun de ces centres, des délégués commerciaux peuvent répondre aux questions qui se posent lorsque l'on veut faire du commerce avec l'étranger.

On peut également appeler l'InfoCentre du MAECI au numéro 1-800-267-8376 (ou 944-4000 à Ottawa) pour obtenir les publications traitant de l'exportation en Afrique du Sud, ou consulter par modem, à toute heure du jour, le service FaxLink, au numéro (613) 944-4500.

Pour permettre aux entreprises canadiennes de tirer le meilleur parti possible des débouchés qu'offre la nouvelle Afrique du Sud, le MAECI a ouvert à Johannesburg, à la fin de 1993, un bureau commercial du Haut-commissariat du Canada.

Le personnel du bureau compte des délégués commerciaux canadiens ainsi que des spécialistes des questions commerciales embauchés sur place. Le bureau de Johannesburg couvre également les relations commerciales avec l'île Maurice, le Lesotho, la Namibie et le Swaziland. Le bureau commercial de Johannesburg peut aider les entreprises à se faire connaître en Afrique du Sud en leur fournissant les services suivants :

- promotion de l'entreprise auprès de la clientèle locale,
- conseils concernant les canaux de commercialisation,
- recommandations touchant la participation aux foires

commerciales,

- repérage d'entreprises sud-africaines pouvant faire office d'agents locaux,
- interventions visant à résoudre les problèmes d'accès au marché,
- conseils concernant les pratiques commerciales et financières en Afrique du Sud,
- conseils et aide touchant la création de coentreprises et l'obtention de licences.

Afin que l'aide fournie par le personnel du bureau commercial soit efficace, il est souhaitable de fournir le maximum de renseignements sur l'entreprise exportatrice et sur les raisons de l'attrait pour le marché d'Afrique du Sud.

En communiquant avec le personnel du bureau commercial, les responsables d'entreprise désireux de faire des affaires en Afrique du Sud pourront déterminer s'ils sont prêts à entreprendre des démarches sur place : planification d'un voyage d'affaires et, éventuellement, participation à une foire commerciale en Afrique du Sud. Il serait utile que les responsables de l'entreprise tiennent les délégués commerciaux informés de leurs activités d'exportation, que celles-ci soient toutes récentes ou que l'entreprise soit déjà établie sur le marché sud-africain. Cela pourra aider l'entreprise et le bureau commercial à éviter de commettre des erreurs, et leur permettra d'échanger des renseignements sur les tendances du marché.

Le bureau commercial du MAECI est situé dans l'immeuble Craddock Place, 1<sup>er</sup> étage, 10 Arnold Street, Rosebank, Johannesburg, Afrique du Sud, tél. : (011-27-11) 442-3130, fax : (011-27-11) 442-3325; adresse postale : P.O. Box 1394, Parklands 2121, Johannesburg, Afrique du Sud.

## L'ACDI et l'Afrique du Sud

Un certain nombre d'entreprises canadiennes ont tiré parti des programmes de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) visant l'Afrique du Sud, lesquels font partie des mesures prises par le gouvernement du Canada pour appuyer l'Afrique du Sud dans ses efforts de reconstruction et de développement.

### ACDI INC

Axé sur le développement durable, le Programme de coopération industrielle de l'ACDI fournit une aide financière aux entreprises canadiennes qui veulent pénétrer le marché sud-africain. Par divers moyens, le Programme appuie les entreprises canadiennes dans différentes activités commerciales favorisant un développement durable et consistant, par exemple, à délivrer des licences touchant la technologie, à conclure des accords de co-production, à établir des coentreprises ou à fournir une formation. L'aide financière consentie dans le cadre d'ACDI INC pourrait, entre autres, servir à financer, suivant une formule de partage des coûts, des

études de viabilité et de faisabilité, des services professionnels, ou les frais de voyage et les indemnités quotidiennes.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à M. Paul Skahan, administrateur régional de programme, Programme de coopération industrielle de l'ACDI, tél. : (819) 997-2069; fax : (819) 953-5024.

### Programme bilatéral de l'ACDI

Dans le cadre de son programme bilatéral, l'ACDI travaille actuellement, en relation directe avec le gouvernement de l'Afrique du Sud, en vue de définir et de mettre en marche des projets dans les domaines de l'exercice des pouvoirs, du perfectionnement des ressources

humaines, de la société civile et de l'expansion économique.

Les projets en cours portent sur l'élaboration de la Constitution, la réforme de la fonction publique et les relations avec les provinces, l'administration de l'enseignement et les normes qualitatives nationales, ainsi que la politique de migration. Les mesures prévues comprennent des projets se rattachant à la politique visant l'exploitation minière et l'énergie, et la réforme du secteur judiciaire.

Dans certains cas, l'ACDI s'alliera à des organismes non gouvernementaux du Canada et à des groupes du secteur privé canadien pour la mise en œuvre d'importants projets.

Voir page VIII - L'ACDI

## RDP et Masakhane : la clé du changement

Les entreprises canadiennes doivent être au fait de la politique fondamentale du pays dans lequel elles envisagent de faire des affaires. Quiconque vise le marché de l'actuelle Afrique du Sud doit en particulier saisir la portée du RDP (Reconstruction and Development Program) et de Masakhane (« Let's build together »).

### Le RDP

Le RDP définit les changements fondamentaux en voie d'être apportés à de nombreux aspects de la société en Afrique du Sud. Ce programme, qui était au départ le programme du Congrès national d'Afrique (ANC), a été adopté par le GNU en 1994 pour servir de cadre général pour la planification et les dépenses du gouvernement.

Le RDP vise essentiellement quatre objectifs principaux : répondre aux besoins fondamentaux de la population, développer les ressources humaines, donner une bonne assise à l'économie, et favoriser la démocratisation. Parmi les principaux secteurs d'intervention, citons l'électrification, le logement, l'assainissement, les télécommunications, l'éducation, les soins de santé, et le développement de la petite entreprise.

Au départ, un ministre avait été créé pour gérer le RDP, mais au début de 1996, celui-ci a été placé sous la gouverne du ministre des Finances. Le budget de mars 1996, présenté par le GNU, alloue 7,5 milliards de rands aux projets mis sur pied dans le cadre du RDP, ce qui porte à 15 milliards de rands le montant total alloué au programme au cours des trois dernières années.

Les investissements de capitaux suscités par l'application du RDP ont

créé des débouchés pour les entreprises canadiennes et celles des autres pays étrangers. Les entreprises spécialisées dans les infrastructures qui favorisent l'approvisionnement local, ainsi que la formation et les méthodes de travail propices à l'emploi d'une main-d'œuvre abondante, ont les meilleures chances de succès.

Toutefois, les responsables d'entreprise doivent avoir soin de faire une distinction entre les objectifs élevés du RDP et les impératifs de la réalité. Bien que l'électrification progresse à un bon rythme et que les soins de santé élémentaires soient plus largement disponibles, le secteur du logement a connu une évolution plus lente et commence tout juste à prendre de l'essor. L'objectif fixé (construction de 200 000 logements par an pendant cinq ans) demeure impossible à atteindre. Cependant, l'octroi de nouvelles subventions et de nouvelles garanties de prêts devrait favoriser la construction de logements à prix modique.

### Masakhane

Pour appuyer les objectifs du RDP, le GNU a lancé l'an dernier une importante campagne connue sous l'appellation Masakhane. Un des défis les plus grands que doit relever

la nouvelle Afrique du Sud est d'amener à collaborer entre eux des groupes économiques qui étaient auparavant animés par un profond antagonisme, et de convaincre les collectivités longtemps désavantagées que les nouvelles structures gouvernementales et les nouvelles lois ont été mises en œuvre pour répondre à leurs besoins.

Masakhane a pour but de combler le fossé entre le gouvernement, le monde des affaires et les collectivités locales, en favorisant la coopération et la confiance là où de telles relations n'existaient pas auparavant. Cela devrait permettre au gouvernement de fournir des logements, ainsi que des services de base, aux collectivités qui depuis longtemps privilégient la résistance par la pratique du non-paiement (du loyer, des services, etc.), et d'inciter les entreprises à se lancer dans des secteurs qui étaient auparavant considérés trop risqués.

### L'ACDI

(Suite de la page VII)

Pour plus de renseignements, s'adresser à M. Stephen Hallihan, administrateur de programme pour l'Afrique du Sud, tél. : (819) 994-0252; fax : (819) 953-6379.

## La SEE et l'Afrique du Sud

Les Canadiens souhaitant conclure des marchés en Afrique du Sud peuvent recourir à un large éventail de services offerts par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) pour les aider à gérer le risque.

Depuis la levée des sanctions, la SEE offre des lignes de crédit auprès d'un certain nombre d'institutions financières en Afrique du Sud. « Nous sommes convaincus que les Canadiens peuvent soutenir la concurrence en Afrique du Sud, et nous nous réjouissons de l'utilisation des lignes de crédit, » affirme Mme June Domokos, vice-présidente du Centre d'expertise sur les pays de la SEE.

« À ce jour, la valeur des

opérations effectuées dans le secteur du matériel industriel a été relativement faible, mais la demande se fait sentir dans tous les secteurs, » a-t-elle ajouté.

La SEE, en plus de fournir des services de financement, offre un éventail complet de modes d'assurance, dont l'assurance-crédit à court terme, l'aide pour garantie de bonne fin, et l'assurance pour investissement étranger.

Pour plus de renseignements sur les services de la SEE pour l'Afrique du Sud, s'adresser au directeur des relations avec les clients, ou au bureau régional de la SEE le plus proche. Les exportateurs réalisant des ventes annuelles à l'étranger d'au plus un million de \$ peuvent communiquer avec l'Équipe des exportateurs en essor en composant, sans frais, le 1-800-850-9626.

## La transition engendre croissance et débouchés

(Suite de la première page)

les estimations, à l'origine du tiers de l'activité commerciale sur le continent. Par rapport à d'autres pays du monde, son économie est de taille petite à moyenne (son PIB étant légèrement inférieur à celui du Québec), son « revenu » se situe dans la catégorie moyenne supérieure (juste derrière le Brésil, le Mexique et le Portugal), et sa cote de crédit a récemment été haussée.

L'inflation, dans le passé de plus de 10 %, est enfin tombée en dessous de ce taux en 1995, et se situe maintenant entre 8 et 9 %, son plus bas niveau en vingt ans. Tant le milieu des affaires que les consommateurs sont très confiants, et les dépenses d'investissement en Afrique du Sud ont augmenté d'environ 25 % par rapport à celles de trois ans plus tôt, en dépit du maintien, à des niveaux élevés, des taux d'intérêt réels. Les réserves de devises ont aussi augmenté.

Les secteurs industriel et financier de l'Afrique du Sud demeurent très avancés, reposant sur une solide infrastructure matérielle. De l'avis général, l'Afrique du Sud est capable d'une grande expansion économique du seul fait de la capacité qu'offre l'infrastructure existante. Routes, ports, chemins de fer, aéroports et installations de production électrique y sont de classe mondiale, mais l'accès d'importants segments de la population aux services de base et de télécommunications demeure insuffisant.

### Problèmes à régler

L'absence de services essentiels pour de nombreux Sud-Africains, et d'autres lacunes fondamentales, sont les principaux problèmes que doit régler le gouvernement.

Les lignes de conduite appliquées dans le passé ont donné lieu à une faible productivité, à une forte concentration des entreprises, à une forte pénurie de la main-d'œuvre qualifiée, au chômage élevé — variant entre 35 et 50 % — et à une protection tarifaire supérieure à la moyenne.

La Bourse de Johannesburg est l'une des plus importantes au monde, la capitalisation boursière étant comparable à celle qui existe en Australie et plus élevée

qu'au Mexique, mais la liquidité y est relativement faible, et six groupements d'entreprises détiennent toujours environ 80 % des capitaux.

Un autre événement créant un dilemme pour le gouvernement de l'Unité nationale est la dévaluation récente du rand qui a fléchi de 17 % au cours des premiers mois de 1996. Cette dévaluation présente des avantages et des inconvénients.

Pour certains exportateurs d'Afrique du Sud et pour l'industrie touristique, cette dévaluation concourt à améliorer la compétitivité mondiale. Par contre, pour

les entreprises qui importent les matières nécessaires à leur production, ainsi que pour les consommateurs, les investisseurs étrangers et les gouvernements ayant à payer des intérêts sur la dette extérieure, cette dévaluation est une cause d'inquiétude. Les pressions qui s'exercent actuellement sur le rand résultent en partie de

la rumeur d'une déréglementation prochaine des changes, encore en vigueur pour les résidents et les entreprises sud-africaines seulement. Le gouvernement s'est engagé à éliminer toute réglementation des changes prochainement, mais de façon progressive.

De l'avis de la plupart des observateurs, dont le Fonds monétaire international, cette variation du rand n'est pas justifiée en fonction des facteurs économiques fondamentaux.

### Stimulation de la croissance et accroissement des possibilités

Le gouvernement de l'Unité nationale a adopté une vigoureuse stratégie destinée à rendre l'économie plus concurrentielle, à améliorer l'attrait de l'Afrique du Sud pour les investisseurs, et à réduire les obstacles au commerce.

Les domaines ciblés par le gouvernement sont l'éducation et la formation, l'investissement, l'expansion des exportations, l'accès préférentiel au marché, la recherche-développement, l'amélioration de la productivité, ainsi que l'expansion des petites et des moyennes entreprises, et la privatisation.

« Nous anticipons [un taux de croissance de] 6 % à la fin du siècle. Les facteurs économiques fondamentaux semblent s'organiser de manière telle que nous pourrions maintenir cette croissance. »  
M. Trevor Manuel, ministre des Finances de l'Afrique du Sud

## Liens commerciaux bilatéraux solides

(Suite de la page II)

droits de douane relativement élevés seront réduits de façon appréciable par suite de l'adhésion de l'Afrique du Sud à l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Conformément à l'engagement pris par le nouveau gouvernement de libéraliser davantage l'économie, certains obstacles au commerce seront réduits ou éliminés unilatéralement.

En dépit d'une correspondance de plus en plus évidente entre ce que le Canada peut offrir et les besoins industriels de l'Afrique du Sud, le Canada fournit toujours moins de 1 % des importations de ce pays. Tout porte à croire que la part du Canada sur le marché d'importation de l'Afrique du Sud peut augmenter et ne manquera pas de le faire.

Cela dépendra en bonne partie de l'intérêt que les responsables des entreprises canadiennes manifesteront pour ce marché, et de leur désir de l'étudier et de le visiter. Bon nombre d'entreprises canadiennes l'ont fait pour la première fois au cours des deux dernières années, et un pourcentage important d'entre elles se sont lancées dans de nouvelles activités de commerce et d'investissement, ou ont accru leurs activités dans ces domaines.

Le développement de ce marché présente de nombreuses caractéristiques qui pourraient jouer en faveur du Canada. En Afrique du Sud, les Canadiens jouissent d'une bonne réputation de loyauté et de fiabilité. Bon nombre de Sud-Africains sont également bien informés sur le Canada, notamment parce que des dizaines de milliers d'entre eux se sont installés au Canada au cours de deux dernières décennies. De façon générale, les pratiques commerciales des deux pays se ressemblent, et la langue n'est pas un obstacle majeur.

Toutefois, ces avantages sont quelque peu modérés par l'intensification de la concurrence à l'échelle mondiale, les autres pays (et pas seulement les concurrents traditionnels, comme les pays européens, les États-Unis et le Japon) cherchant à accroître leur part du marché. On observe que de plus en plus d'entreprises de Taiwan, de Malaisie, d'Inde, du Brésil et des autres parties de l'Afrique cherchent à tirer parti des débouchés qui s'ouvrent en Afrique du Sud. En outre, nombre d'entreprises étrangères qui étaient

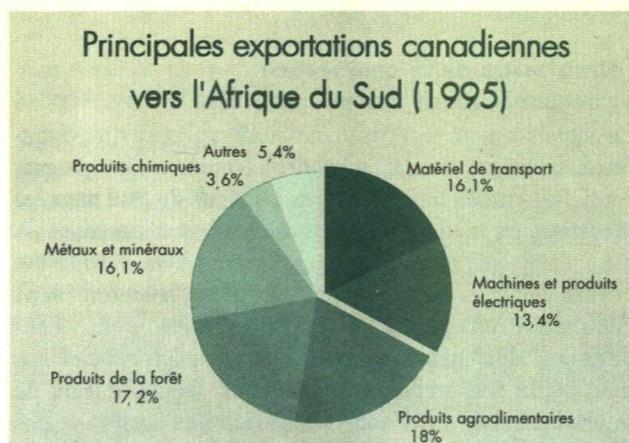
activement présentes en Afrique du Sud à l'époque de l'apartheid détiennent une place importante sur ce marché.

Le Canada a pris officiellement un certain nombre de mesures pour promouvoir les relations commerciales avec la nouvelle Afrique du Sud. Il a ouvert un bureau commercial à Johannesburg, qui compte parmi son personnel des délégués commerciaux canadiens et des spécialistes locaux des questions commerciales. De nombreuses missions commerciales canadiennes ont été effectuées en Afrique du Sud ou sont sur le point de l'être. Le gouvernement a également entrepris de publier une série de Guides sur les débouchés du marché sud-africain. (Voir ci-après une liste des activités et des publications à venir.) Les gouvernements nationaux des deux pays ont signé des accords bilatéraux visant à favoriser le commerce et l'investissement.

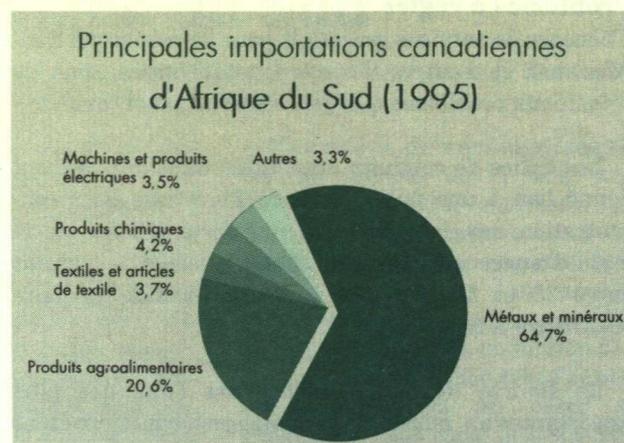
L'investissement bilatéral s'accroît. Néanmoins, les activités d'investissement à l'étranger sont restreintes en Afrique du Sud par les contraintes touchant les opérations de change. Certaines mesures ont été prises dernièrement afin de commencer à assouplir ces contrôles. Les entreprises sud-africaines peuvent maintenant investir dans les autres pays d'Afrique et réaliser des opérations de contrepartie avec des entreprises étrangères.

Un nombre de plus en plus grand d'entreprises canadiennes s'installent en Afrique du Sud, en établissant des bureaux de vente ou de service, ou en concluant des contrats de franchise ou d'autres types de coentreprises. Un petit nombre d'investissements canadiens de plus grande envergure y ont également été réalisés.

Parmi les entreprises canadiennes ayant des activités en Afrique du Sud, il convient de mentionner plus particulièrement Cott Beverages, Newbridge Networks, SR Telecom, Apotex, et Diversey. La compagnie South African Express, détenue et exploitée en partie par des Canadiens, qui compte dans sa flotte 12 avions à turbopropulseurs (assurant les vols régionaux) fabriqués par De Havilland, est un exemple d'investissement canadien d'envergure dans une entreprise entièrement nouvelle.



Sources : Statistique Canada



Sources : Statistique Canada

## Conseils pratiques pour faire des affaires en Afrique du Sud

*Étant donné que l'Afrique du Sud a une longue tradition d'échanges commerciaux poussés avec l'étranger, notamment avec des entreprises européennes, et que ses institutions financières jouissent d'une organisation solide, les représentants commerciaux canadiens ne devraient pas être surpris d'apprendre que les pratiques commerciales de l'Afrique du Sud sont assez semblables à celles au Canada.*

Le marché sud-africain est essentiellement ouvert. L'Afrique du Sud protège ses industries locales par l'application de droits de douane, mais ceux-ci sont graduellement abaissés en raison des engagements pris par l'Afrique du Sud dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Certains produits agricoles, aliments et produits pharmaceutiques peuvent faire l'objet de contraintes rigoureuses en matière de licence d'importation et de santé, comme c'est le cas au Canada.

Les visiteurs canadiens qui se rendent en Afrique du Sud doivent savoir que, bien que la violence politique ait beaucoup diminué, d'autres crimes graves (vols, vols et agressions, vols de voitures) demeurent une menace. Ceux qui sont habitués à voyager savent que ce type de risques est fréquent dans bien des parties du monde.

Il convient de faire preuve de bons sens et d'éviter, par exemple, d'arborer inutilement des signes évidents de richesse, d'avoir soin de garder les biens de valeur dans un endroit sûr, et d'éviter de se déplacer la nuit. Les visiteurs ne devraient entreprendre des déplacements à destination ou à l'intérieur des grands centres urbains qu'après s'être renseignés sur les risques que cela peut présenter.

Les visiteurs canadiens doivent également savoir que les véhicules sont adaptés à la conduite à droite en Afrique du Sud, tout comme en Australie et au Royaume-Uni. Les accidents de la route sont plus fréquents qu'au Canada et, en général, il est plus dangereux de se déplacer en voiture.

**Visas** — Pour être admis en Afrique du Sud, tout visiteur doit être muni d'un passeport valide; toutefois, les Canadiens n'ont pas besoin de visa.

**Vaccins** — Ordinairement, le visiteur canadien en voyage d'affaires en Afrique du Sud n'a pas besoin de vaccins avant de se rendre dans ce pays, particulièrement si son séjour se limite aux principaux centres urbains. La malaria ne représente pas un danger, sauf pour les personnes qui prévoient se rendre dans certaines régions de la province rurale située au nord, dans le Mpumalanga, dans le KwaZulu-Natal ou dans les pays voisins. Pour plus de détails, communiquer avec votre service de santé publique local.

**Taux de change** — L'unité monétaire de l'Afrique du Sud est le rand. Au 3 mai 1996, le taux de change était de 0,3110 dollar canadien pour 1 rand.

**Énoncé des prix** — Il est préférable de donner les prix en \$ US, FAB ou CAF.

**Modalité de paiement** — Le paiement des marchandises canadiennes reçues en Afrique du Sud se fait habituellement

par lettre de crédit confirmée, ou par paiement comptant contre documents. On peut négocier le paiement par lettre de crédit payable à vue ou par voie de crédit à long terme. Les principales banques sud-africaines ont de nombreux correspondants internationaux.

**Documents à fournir** — En ce qui a trait aux documents à l'appui, les exigences sont les suivantes :

— **facture commerciale** : il est conseillé d'envoyer la facture commerciale en trois exemplaires, en précisant la valeur FAB ou CAF,

— **connaissance** : aucune règle particulière ne s'applique à la présentation ou au nombre de connaissances devant accompagner chaque expédition;

— **certificat d'origine** : les exportateurs qui envoient des marchandises en Afrique du Sud doivent remplir un formulaire D.A. 59, qui est une déclaration d'origine pour l'exportation de marchandises en République sud-africaine. On peut se procurer ces certificats auprès des courtiers en douane au Canada;

— **bordereau d'expédition** : bien qu'un tel document ne soit pas obligatoire, il est utile de le fournir pour accélérer le dédouanement au port d'entrée;

— **certificats phytosanitaires et sanitaires** : il est conseillé de communiquer avec la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture et Agroalimentaire Canada pour s'assurer de la conformité des marchandises avant leur expédition en Afrique du Sud.

**Représentation locale** — Il est généralement préférable et parfois essentiel d'embaucher un représentant local pour promouvoir le produit ou le service offert par l'entreprise exportatrice.

**South African Customs Union (SACU)** — La SACU est un accord signé entre l'Afrique du Sud, la Namibie, le Botswana, le Lesotho et le Swaziland, qui institue le libre-échange entre les pays signataires et l'adoption par ceux-ci d'un barème douanier commun applicable aux autres pays. Toutefois, les importateurs ne peuvent pas utiliser les permis émis par un des pays signataires pour importer des marchandises dans un autre pays signataire.

**Conventions commerciales** — On conseille à quiconque envisage de faire un voyage d'affaires en Afrique du Sud de prendre la plupart de ses rendez-vous avant son départ. Les Sud-Africains sont des hôtes charmants; ils multiplient très volontiers les invitations à déjeuner ou les dîners d'affaires, ce qui ne peut qu'être à l'avantage du visiteur étranger. Ils aiment beaucoup recevoir leurs relations d'affaires à leur domicile, et leur conjointe est parfois présente au repas.

## Les chambres de commerce Canada-Afrique du Sud

De plus en plus de gens d'affaires canadiens, qui connaissent le marché de l'Afrique du Sud et y ont acquis de l'expérience, se regroupent.

Les trois chambres de commerce bilatérales, liées mais indépendantes, qui sont déjà établies, offrent de grandes possibilités d'échanger des idées sur le marché, de bénéficier de l'expérience d'autres gens d'affaires ainsi que de tirer parti de colloques, de séances d'information sur le marché et de l'accès facile à des décideurs en Afrique du Sud.

Les chambres au Canada entretiennent également d'étroits rapports avec la Chambre de commerce Afrique du Sud-Canada à Johannesburg.

Selon M. Jean Morin, président de la Chambre de commerce de l'Afrique australe à Montréal, la Chambre est un lieu de rencontre permettant l'échange de renseignements sur le marché, qui sont difficilement accessibles ailleurs. Les membres se réunissent non seulement parce qu'ils partagent un intérêt pour cette région unique et stimulante, mais aussi parce qu'ils savent qu'ils peuvent s'entraider dans l'établissement de liens qui mènent à de nouvelles affaires.

**Pour de plus amples renseignements**, s'adresser aux sources suivantes :

Canada-South Africa Chamber of Business (Toronto/Ottawa), Richard Stern, directeur exécutif, 2212, Gladwin Crescent, Unité E-9, Ottawa (Ontario) K1B 5N1, tél. : (613) 733-8237; fax : (613) 733-6161; tél. cell. : (613) 799-4011.

Canada-South Africa Chamber of Business (Vancouver), Gordon Sim ou Tom Viccars, Suite 1400, 355 Burrard, Vancouver (C.-B.) V6C 2G8, tél. : (604) 669-7720; fax : (604) 669-1764.

Chambre de commerce de l'Afrique australe à Montréal,

### Investir en Afrique du Sud

Les personnes qui se proposent d'investir en Afrique du Sud peuvent trouver au Canada même les réponses aux questions élémentaires qu'elles se posent. Elles peuvent obtenir sans frais des renseignements sur les incitatifs à l'investissement, la fiscalité et le code du travail, par exemple. Elles peuvent également obtenir des conseils, à titre privé, de spécialistes du commerce et de l'investissement en Afrique du Sud.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec le personnel du consulat général de l'Afrique du Sud, P.O. Box 424, Suite 2515, First Canadian Place, Toronto (Ontario) M5X 1E3, tél. : (416) 364-0314, fax : (416) 364-8761.

On peut également obtenir des renseignements supplémentaires en consultant la page d'accueil du haut-commissariat de l'Afrique du Sud (à Ottawa) : <http://www.docuweb.ca/southafrica>

Jean Morin, président, 10122, boul. Saint-Laurent, Bureau 201, Montréal (Québec) H3L 2N7, tél. : (514) 389-5916; fax : (514) 385-1154.

South Africa-Canada Chamber of Business, John Turpin, Chairman, Johannesburg, South Africa, tél. : (011-27-11) 880-8757; fax : (011-27-11) 880-8748.

### Nouvelle publication sur les coentreprises

Dans une nouvelle publication intitulée *Les chemins de la réussite : Les entreprises canadiennes de la nouvelle Afrique du Sud*, devant paraître en juin 1996, sont présentées des études de cas détaillées ainsi que des renseignements pratiques sur les investissements. Pour se procurer cette publication, s'adresser à l'InfoCentre du MAECI ou au Consulat général de l'Afrique du Sud à Toronto.

La Canada-South Africa Chamber of Business prévoit tenir une importante conférence Canada-Afrique du Sud sur les affaires, devant avoir lieu à Toronto à la fin de 1996 ou au début de 1997.

**Pour de plus amples renseignements**, communiquer avec Richard Stern, tél. : (613) 733-8237; fax : (613) 733-6161; tél. cell. : (613) 799-4011.

### Aide au commerce et à l'investissement

Les entreprises canadiennes souhaitant faire des affaires en Afrique australe, ou par l'intermédiaire de la Banque africaine de développement (BAD), peuvent bénéficier de l'appui fourni par les bureaux du gouvernement canadien établis dans la région. Des agents commerciaux, en poste dans plusieurs ambassades et hauts-commissariats, peuvent fournir des conseils sur des aspects ayant rapport à l'exportation, à la coentreprise et au transfert de technologie. (Voir adresses page XVI)

De plus, l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada (AMEC), qui résulte de l'union de l'Association des manufacturiers canadiens (AMC) et de l'Association des exportateurs canadiens (AEC) exploite, avec l'appui de l'ACDI, des bureaux chargés de favoriser des relations d'affaires durables entre des entreprises canadiennes et des entreprises de la région. Le personnel de l'AMEC à l'étranger et au Canada offre des conseils et des services de soutien pour l'établissement de coentreprises et d'autres formes d'alliances à long terme d'entreprises.

**Pour de plus amples renseignements**, s'adresser à Paule Charest, conseillère en projet, tél. : (514) 434-4196; fax : (514) 430-5684; courrier électronique : [paule.charest@sympatico.ca](mailto:paule.charest@sympatico.ca)

### Données sectorielles utiles

## Guides des débouchés commerciaux en Afrique du Sud

Les rapports de cette grande série, rédigés par des spécialistes, portent sur des secteurs particuliers. Leur réalisation a été rendue possible avec l'aide financière du gouvernement du Canada (ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC)), et du gouvernement de l'Ontario (ministère du Développement économique et du Commerce). On peut obtenir sans frais un sommaire en français ou en anglais, et le texte complet de ces rapports (certains en anglais seulement) en communiquant avec l'InfoCentre du MAECI au 1-800-267-8376 (dans la région d'Ottawa : 944-4000). Utiliser les numéros de document fournis ci-dessous. On peut également obtenir les sommaires auprès du service FaxLink (à l'aide d'un télécopieur) au (613) 944-4500. Des rapports sur l'Afrique du Sud seront publiés dans le courant de l'année. On peut communiquer régulièrement avec l'InfoCentre pour connaître les titres des rapports nouveaux ou révisés. La plupart des rapports complets, qui comptent entre 25 et 40 pages, renferment des listes détaillées de personnes-ressources.

### GUIDES DES DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX (1995)

#### Logiciels et services

Sommaire : 161AB  
Texte complet : 170AA  
N° FaxLink : 90330

#### Matériel informatique

Sommaire : 162AB  
Texte complet : 171AA  
N° FaxLink : 90331

#### Télécommunications

Sommaire : 163AB  
Texte complet : 172AA  
N° FaxLink : 90332

#### Composantes automobiles

Sommaire : 164AB  
Texte complet : 173AA  
N° FaxLink : 90333

#### Appareils médicaux et soins de santé

Sommaire : 165AB  
Texte complet : 174AA  
N° FaxLink : 90334

#### La distribution de l'électricité

Sommaire : 166AB  
Texte complet : 175AA  
N° FaxLink : 90335

#### Matériel environnemental

Sommaire : 167AB  
Texte complet : 176AA  
N° FaxLink : 90336

#### Le matériel d'exploitation minière

Sommaire : 168AB  
Texte complet : 177AA  
N° FaxLink : 90337

#### Matériel de transport

Sommaire : 169AB  
Texte complet : 178AA  
N° FaxLink : 90338

### GUIDES DES DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX (1996) (Certains documents paraîtront après juillet 1996)

#### Les chemins de la réussite : Les entreprises canadiennes dans la nouvelle Afrique du Sud

Texte complet : 194AA/AF

#### Étendre votre franchise à l'Afrique du Sud

Sommaire : 186AB  
Texte complet : 186AA/AF  
N° FaxLink : 90339

#### Broadcasting (radio-télé-diffusion)

Sommaire : 191AB  
Texte complet : 191 AA  
N° FaxLink : 90344

#### Forestry (exploitation forestière)

Sommaire : 188AB  
Texte complet : 188AA  
N° FaxLink : 90341

#### Housing (logement)

Sommaire : 155AB  
Texte complet : 155AA  
N° FaxLink : 90340

#### Chemicals and Plastics (produits chimiques et plastiques)

Sommaire : 189AB  
Texte complet : 189AA  
N° FaxLink : 90342

#### Fishing Equipment (matériel de pêche)

Sommaire : 190AB  
Texte complet : 190AA  
N° FaxLink : 90343

#### Processed Fruits and Vegetables (fruits et légumes transformés)

Sommaire : 187AB  
Texte complet : 187AA  
N° FaxLink : 90347

#### Processed Cereals (céréales transformées)

Sommaire : 195AB  
Texte complet : 195AA  
N° FaxLink : 90348

#### Specialty Foods (aliments de spécialité)

Sommaire : 196AB  
Texte complet : 196AA  
N° FaxLink : 90349

#### Confectionary (confiserie)

Sommaire : 197AB  
Texte complet : 197AA  
N° FaxLink : 90350

#### Beverages (boissons)

Sommaire : 198AB  
Texte complet : 198AA  
N° FaxLink : 90351

#### Food Ingredients (ingrédients alimentaires)

Sommaire : 199AB  
Texte complet : 199AA  
N° FaxLink : 90352

#### Poultry (volaille)

Sommaire : 200AB  
Texte complet : 200AA  
N° FaxLink : 90353

#### Meat (Beef and Pork) (viande - bœuf et porc)

Sommaire : 201AB  
Texte complet : 201AA  
N° FaxLink : 90354

## Répertoire de foires commerciales en Afrique du Sud

Pour obtenir une liste plus complète et à jour des foires commerciales prévues, et d'autres renseignements sur les personnes-ressources, s'adresser à l'InfoCentre (document n° 154AA et FaxLink n° 90102).

**THE STAR VIDEO, HI-FI AND PHOTO FAIR** : La 19e exposition de produits électroniques de consommation, de matériel de cinéma à domicile, de matériel photographique, de satellites, de matériel informatique personnel et de matériel multimédia, du 26 au 30 juin.

Lieu : Johannesburg.

Organisateurs : John W. Thomson, Exhibition Management Services, tél. : (011-27-11) 783-7250; fax : 783-7269.

**COMMUNICATIONS AFRICA '96** : Exposition et conférence internationales d'Afrique sur les moyens de communications électroniques et la technologie de l'information.

Lieu : Gallagher Estate, Midrand.

Organisateurs : Specialised Exhibitions, tél. : (011-27-11) 835-1565; fax : 496-1161.

**Parallèlement :**

— **BROADCAST AFRICA '96** : Exposition et conférence internationales sur le son, le film et le vidéo.

— **NETWORK AFRICA '96** : Exposition et conférence

internationales sur les réseaux.

— **SATELLITE AFRICA '96** : Exposition et conférence internationales sur la technologie et les services satellites.

— **Mobile and Cellular Africa '96** : Exposition et conférence internationales sur la technologie des communications mobiles et cellulaires.

**JEWELLEX 1996** : Exposition organisée par le Jewellery Council of South Africa, du 20 au 22 juillet.

Lieu : Gallagher Estate, Midrand

Organisateurs : Jewellery Council of SA

**THE ARGUS MEDIA AND MARKETING EXHIBITION** : Principale exposition d'Afrique du Sud sur les services de publicité et de commercialisation, 7e année, du 23 au 25 juillet

Lieu : Cape Town

Organisateurs : Johnny Malherbe, Exhibition Management Services, tél. : (011-27-11) 783-7250; fax : 783-7269

**INTERBUILD AFRICA '96** : Quinzième exposition internationale d'Afrique sur le bâtiment et la construction, du 20 au 26 août

Lieu : National Exhibition Centre, Crown Mines, Johannesburg.

Organisateurs : Specialised Exhibitions, tél. : (022-27-11) 835-1565; fax : 496-1161

Agent canadien : Derek Complin, Unilink,

tél. : (613) 549-0404 ou 0397; fax : 549-2528

Commanditée par : Building Industries Federation of SA, Institute of SA Architects, Association of SA Quantity Surveyors, et SA Institute of Building

**AFRIWATER '96** : Exposition d'Afrique sur la technologie liée à l'eau, du 2 au 5 septembre.

Lieu : National Exhibition Centre, Johannesburg.

Organisateurs : Lyne Burger, TML Reed Exhibitions, tél. : (011-27-11) 789-2144; fax : 789-6407

Agent canadien : Reed Exhibition Co., tél. : (416) 491-7565; fax : (416) 491-5088

**CHEERS '96** : Foire des bars, des boîtes et des loisirs d'Afrique du Sud et **FOODBIZ '96** : Foire de l'alimentation, des bars et de la restauration, du 9 au 11 septembre.

Lieu : Johannesburg.

Organisateurs : Foire organisée en collaboration avec Complete Events Management of the UK — organisateurs de la « National Pub Trade Exhibition » de Grande-Bretagne, Lineke Eikenboom van der Bruggen, Exhibition Management Services, tél. : (011-27-11) 783-7250; fax : 783-7269.

**ELECTRA MINING '96** : Douzième exposition internationale d'Afrique du Sud sur l'exploitation minière, le génie électrique, le matériel industriel et la manutention de matériaux, du 30 septembre au 4 octobre.

Lieu : National Exhibition Centre, Johannesburg.

Voir page suivante — Foires

### Stands de l'« Équipe Canada » aux foires de l'alimentation et de l'exploitation minière

Les entreprises canadiennes sont invitées à faire partie de deux stands nationaux de l'« Équipe Canada » à d'importantes foires commerciales en Afrique du Sud.

Douze entreprises au plus peuvent réserver, à faible coût, des présentoirs de comptoir au stand canadien à la foire sur l'alimentation et l'hôtellerie, **Food & Hotel Africa**, devant avoir lieu à Johannesburg, du 10 au 13 novembre 1996.

Cette foire devient rapidement un important événement régional pour la mise en valeur d'aliments transformés et de spécialités, ainsi que de produits et de services connexes pouvant être utiles au secteur de l'hôtellerie, de la restauration et de la vente au détail en Afrique du Sud et dans la région.

Pour de plus amples renseignements, composer, au MAECI, tél. : (613) 944-6589; fax : (613) 944-7437.

Les entreprises canadiennes peuvent aussi être présentes au stand du Canada à la foire **Electra Mining**, principale exposition d'équipement minier en Afrique, devant avoir lieu du 1er au 4 octobre 1996, à Johannesburg.

Avec l'aide de l'Association canadienne des fournisseurs de matériel et de services miniers pour l'exportation (AFMSME), le Canada aura un stand pouvant accueillir un nombre limité d'affiches et de présentoirs d'entreprises et offrant, sur place, un soutien à la commercialisation.

Pour plus de renseignements, s'adresser à l'Association, tél. : (905) 513-0046; fax : (905) 513-1834.

## Foires

(Suite de la page précédente)

Organisateurs : John Kaplan, Specialised Exhibitions, tél. : (011-27-11) 835-1565; fax : 496-1161

Agent canadien : Derek Complin, Unilink

Avec l'appui de SA Institute of Mining and Metallurgy, SA Institute of Mechanical Engineers and Materials Handling Association, Conveyor Manufacturing Association of SA, and the SA Institute of Electrical Engineers.

**NETWORK LANDABA 96** : du 1er au 4 octobre.

Lieu : Gallagher Estate, Midrand.

Organisateurs : Aitec, tél. : (011-27-11) 886-4033; fax : 886-4165.

**THE ARGUS DIY HOME AND GARDEN EXHIBITION** : Exposition de produits et d'équipement de construction et de bricolage, d'outils manuels et mécaniques, de produits de rénovation et de décoration, etc., du 3 au 6 octobre.

Lieu : Culemborg Exhibition Centre, Cape Town.

**SAITEX '96** : Exposition commerciale internationale d'Afrique du Sud, du 22 au 26 octobre.

Lieu : National Exhibition Centre, Johannesburg.

Organisateurs : John Theron, Exhibition Director, tél. : (011-27-11) 494-9236; fax : 494-1020.

**THE AFRICAN HUNTING AND SAFARI SHOW '96** et **THE ARGUS LEISURE, PLEASURE AND TRAVEL SHOW** Du 11 au 13 octobre, à Cape Town.

**INTERNATIONAL CLOTHING AND TEXTILE WEEK OF SOUTHERN AFRICA** : Du 2 au 5 novembre, à Cape Town.

**TEXTILES AFRICA '96/ CLOTHING & TEXTILE MACHINERY '96/ LEATHER AFRICA '96** : Du 3 au 6 novembre, à Johannesburg.

**FOOD & HOTEL AFRICA '96** : Quatrième exposition internationale d'Afrique du Sud sur l'alimentation et les boissons, du 10 au 13 novembre, Gallagher Estate, Johannesburg (parallèlement, conférence sur la table de demain (« Tomorrow's Table »).

### FOIRES COMMERCIALES DE 1997

**MACHINE TOOLS '97** : Huitième exposition internationale de machines-outils, du 11 au 17 février, lieu à déterminer.

**MANUFACTURING AFRICA '97** : Du 11 au 15 février, lieu à déterminer.

**INSTRUCTA '97** : Du 26 février au 1er mars, lieu à déterminer.

**Hostex '97** : Du 9 au 12 mars, National Exhibition Centre, Johannesburg.

**TELCOM '97** : Du 24 au 26 mars, Gallagher Estate, Midrand.

**MINING AFRICA '97** : Du 23 au 25 avril, Johannesburg.

**PLANT AND CONSTRUCTION AFRICA '97** : Du 23 au 25 avril, Johannesburg.

**ELECTRICS AFRICA '97** : Du 4 au 7 septembre, Johannesburg.

**TRANSPORT EXPO '97** : Du 15 au 19 septembre, lieu à déterminer.

**Print Expo '97** : Du 15 au 19 septembre, lieu à déterminer

**FISH AFRICA '97** : Cape Town, date à déterminer.

## Publications et renseignements en direct

Les responsables d'entreprise veulent avoir les meilleurs renseignements et le plus à jour possible en ce qui a trait aux marchés étrangers qui les intéressent. Quiconque envisage de faire des affaires, ou fait actuellement des affaires avec l'Afrique, doit avoir sur sa liste de sources d'information un certain nombre de publications accessibles au grand public et de sources Internet.

### Revues

Les publications habituelles traitant du commerce international, telles que *The Economist*, *World Trade*, *Trade and Culture*, *Financial Times* et le *Wall Street Journal* publient régulièrement des articles sur l'Afrique. *The Economist Intelligence Unit*, pour sa part, publie des rapports spéciaux sur la plupart des pays africains.

Il existe également toute une série de revues africaines que l'on ne saurait ignorer. *African Business* et *Africa Today*, publiés à Londres, traitent de commerce et d'investissement. Deux séries de bulletins, portant l'une sur les questions politiques et l'autre sur les questions économiques, sont également publiées au Royaume-Uni sous le titre *Africa Research Bulletins*. La nouvelle revue *AfriCan Access Magazine*, publiée au Canada mais destinée à un public nord-américain, couvre plus particulièrement les aspects pratiques du commerce.

De nombreuses publications paraissent en Afrique du Sud, depuis le vénérable *Financial Mail* jusqu'à des revues comme *African Connexion* ou *Enterprise*, ou encore *Portfolio of Black Business in Southern Africa* qui paraît une fois par année.

### Sources d'information sur le Web

Le World Wide Web constitue aussi une grande source de renseignements. L'Afrique du Sud y est abondamment représentée grâce à un nombre important de sites bien fournis et mis à jour régulièrement.

Pour se tenir au courant de l'évolution politique de ce pays en période de transition, on peut consulter les sites de l'ANC et du GNU qui offrent des renseignements détaillés sur les prises de position politiques, les livres blancs, les personnalités politiques, l'organisation politique, les communiqués de presse, etc. :

ANC : <http://www.anc.org.za>

GNU : <http://www.polity.org.za/gnu>

Un certain nombre de sites privés axés sur le commerce donnent une variété de renseignements, ainsi que les coordonnées de personnes-ressources et les liens avec d'autres sites d'intérêt :

<http://www.mainstreet.t5.com>

<http://www.is.co.za>

<http://www.Africa.com>

<http://www.docuweb.ca/southafrica>

À partir de ces sites, on peut également se relier aux nombreux journaux et revues d'Afrique du Sud publiés sous format électronique.

## SOURCES D'INFORMATION ET D'AIDE

### SOURCES AU CANADA

**Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI),** Édifice Lester B. Pearson, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

— InfoCentre (MAECI), tél. : (613) 944-4000, ou 1-800-267-8376.

— FaxLink (MAECI) - À l'aide d'un télécopieur, composer : (613) 944-4500.

— Babillard électronique (MAECI) - À l'aide d'un ordinateur et un modem, composer : (613) 944-1581, ou 1-800-628-1581.

— Direction de la promotion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient (GBTA) (MAECI), Programme du commerce avec l'Afrique du Sud, tél. : (613) 944-6589; fax : (613) 944-7437.

**Agriculture et Agroalimentaire Canada,** M. John Smiley, Bureau des marchés internationaux, 10<sup>e</sup> étage, Immeuble Sir John Carling, 930, avenue Carling, Ottawa (Ontario) K1A 0C5, tél. : (613) 759-7632; fax : 613) 759-7506.

**Haut-commissariat de la République d'Afrique du Sud,** 15, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1M 1M8, tél. : (613) 744-0330; fax : (613) 741-1639.

**Consulat général de l'Afrique du Sud,** B.P. 424, Exchange Tower, 2, First Canadian Place, Bureau 2515, Toronto (Ontario) M5X 1E3, tél. : (416) 364-0314; fax : (416) 364-8761.

**Consulat d'Afrique du Sud,** 1, Place Ville-Marie, Bureau 2615, Montréal (Québec) H3B 4S3, tél. : (514) 878-9217; fax : (514) 878-4751.

**Consul honoraire d'Afrique du Sud,** Three Bentall Centre, Bureau 3023, B.P. 49096, Vancouver (Colombie-Britannique) V7X 1G4, M. J. Christopher Meyer, tél. : (604) 688-1301; fax : (604) 688-8193.

**Chambres de commerce Canada-Afrique du Sud,** Montréal, tél. : (613) 733-8237; fax : (613) 733-6161; Toronto/Ottawa, tél. : (613) 733-8237; fax : (613) 733-6161; Vancouver, tél. : (604) 669-7720; fax : (604) 669-1764 (voir page XII pour plus de renseignements).

**Agence canadienne de développement international** (voir page VII pour plus de renseignements).

**Société pour l'expansion des exportations,** Équipe des exportateurs en essor, tél. : 1-800-850-9626 (voir page VIII pour plus de renseignements).

**Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada,** Mme Paule Charest, conseillère en projet, tél. : (514) 434-4196; fax : (514) 430-5684; courrier électronique : paule.charest@sympatico.ca (voir page XII pour plus de renseignements).

(Pour obtenir une liste détaillée des délégués commerciaux au Canada et en Afrique, ainsi que des consuls honoraires, s'adresser à l'InfoCentre du MAECI pour obtenir le Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada).

### SOURCES D'INFORMATION EN AFRIQUE DU SUD

Pour composer un numéro en Afrique du Sud depuis le Canada, ajouter 011-27 avant le premier chiffre. Pour téléphoner sur place en Afrique du Sud, ne pas composer le zéro au début des codes régionaux indiqués ci-dessous. Sauf indication contraire, les adresses fournies sont des adresses postales seulement; avant de se rendre en Afrique du Sud, s'assurer d'obtenir les adresses réelles. En Afrique du Sud, l'heure locale est, selon la période de l'année, en avance de six à sept heures sur l'heure normale de l'Est.

#### Bureau commercial du Haut-commissariat du Canada

Adresse : Craddock Place, 1st Floor, 10 Arnold St., Rosebank, Johannesburg, South Africa, tél. : (011) 442-3130; fax : (011) 442-3325

Adresse postale : P.O. Box 1394, Parklands 2121, Johannesburg, South Africa

**South African Bureau of Standards (SABS)** (bureau des normes), Mr. J.P. du Plessis, président, Private Bag 191, Pretoria 0001, South Africa, tél. : (012) 428-7911; fax : (012) 344-1568.

Ce bureau établit les normes visant les produits, et effectue les essais pour vérifier le respect des exigences convenues.

**South Africa-Canada Chamber of Business,** Mr. John Turpin, chairman, Johannesburg, South Africa, tél. : (011) 880-8757; fax : (011) 880-8748.

#### CERTAINS BUREAUX DU GOUVERNEMENT DU CANADA EN AFRIQUE

**Côte-d'Ivoire :** Liaison avec la Banque africaine de développement, ambassade du Canada, 01 B.P. 4104, Abidjan 01, République de Côte-d'Ivoire, tél. : (011-225)-21-20-09; fax : (011-225) 22-05-30.

**Éthiopie :** Ambassade du Canada, P.O. Box 1130, Addis-Abeba, Ethiopia, tél. : (011-251-1) 713022; fax : (011-251-1) 713033.

**Kenya :** Haut-commissariat du Canada, P.O. Box 30481, Nairobi, Republic of Kenya, tél. : (011-254-2) 214-804; fax : (011-254-2) 226-987.

**Tanzanie :** Haut-commissariat du Canada, P.O. Box 1022, Dar-es-Salaam, United Republic of Tanzania, tél./fax : (011-255-51) 46000.

**Zambie :** Haut-commissariat du Canada, P.O. Box 31313, 10101 Lusaka, Republic of Zambia, tél. : (011-260-1) 250-833; fax : (011-260-1) 254-176.

**Zimbabwe :** Haut-commissariat du Canada, P.O. Box 1430, Harare, Zimbabwe, tél. : (011-263-4) 733-881; fax : (011-263-4) 732-917.

## L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

### Gros débouchés en Arabie saoudite

**RIYAD, ARABIE SAOUDITE** — Comme les années passées, les entreprises canadiennes ont la possibilité de s'approprier une part du marché de l'Arabie saoudite dont la valeur annuelle est estimée à 16 milliards de \$ US.

Une des façons de saisir cette occasion est d'assister à **ASTEX 96**, qui se tiendra ici du 27 au 31 octobre prochain.

Cette exposition arabe de matériel et de technologies de la sécurité pour les services de police et de sécurité, qui en est à sa quatrième édition, est devenue le principal événement pour le marché du matériel et des technologies de la sécurité de l'Arabie saoudite. Il s'agit de la seule exposition internationale spécialisée adaptée aux besoins internes du Royaume en matière de sécurité.

La participation canadienne à l'exposition de l'an dernier a engendré des affaires s'élevant à 20 millions de \$ US, ainsi qu'à la signature d'un certain nombre d'accords de distribution.

Cette année-ci, l'ambassade du Canada à Riyad s'occupe de nouveau de recruter des sociétés canadiennes qui voudraient participer à des colloques à l'intention de hauts fonctionnaires et de gens d'affaires, et de faire des rendez-vous avec des distributeurs éventuels et des fonctionnaires du gouvernement. (Pour participer, voir renseignements ci-dessous.)

La sécurité est un point important du plan de développement quinquennal actuel et des plans futurs, présentant ainsi de multiples débouchés à l'exportation pour l'industrie internationale de la sécurité.

Les débouchés sont en effet considérables :

\* Ces vingt dernières années, les pays de la région ont dépensé plus de 200 milliards de \$ US pour l'achat de matériel de sécurité.

\* Le Moyen-Orient affiche le taux d'accroissement de la sécurité le plus élevé au monde, soit 350 % au cours des vingt dernières années.

\* C'est au Moyen-Orient que sont destinés 37 % de l'ensemble des expo-

tations mondiales de matériel de sécurité.

\* L'Arabie saoudite représente 12 % des ventes mondiales de matériel de sécurité.

\* Le budget annuel régional affecté à la sécurité dépasse 60 milliards de \$ US, plaçant ainsi la région au premier rang mondial pour l'achat de matériel de sécurité.

**ASTEX 96** s'adresse aux responsables de la planification et des achats des organisations des secteurs public et privé chargées de tous les aspects de la sécurité en Arabie saoudite, notamment en ce qui a trait à la protection civile, à la sécurité aux frontières, à la protection périmétrique, à

la planification d'urgence, à la protection des dignitaires, au respect de la loi, aux enquêtes criminelles, et à la sécurité des édifices publics et des installations de services publics.

Parmi le matériel exposé, on trouve du matériel de surveillance de l'espace aérien, du matériel de sécurité des communications, des casques protecteurs, des cartes à mémoire, des vêtements de protection, du matériel d'inspection, des émetteurs, des récepteurs, des émetteurs-récepteurs combinés, et du matériel de détection par rayons X.

UNILINK, organisme canadien représentant l'organisateur de l'expo-

Voir page 6 — **ASTEX**

### Une bonne récolte au Moyen-Orient pour Franchise Expo

**DUBAÏ, ÉMIRATS ARABES UNIS** — La deuxième édition de **Franchise Expo**, qui s'est tenue en novembre dernier à Dubaï, a permis de lancer plus de 100 nouvelles entreprises au Moyen-Orient.

Représentant plus de 30 sociétés canadiennes à l'exposition, M. Les Lumber, président de Dean Business Consultants (qui est maintenant Lumber and Associates), a souligné que les sociétés canadiennes doivent agir rapidement si elles veulent tirer parti des débouchés prometteurs qu'offre cette région.

Les spécialistes les plus en vue dans le domaine du franchisage aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Moyen-Orient ont présenté des exposés au cours de cette exposition. Ils ont tous insisté sur la nécessité d'avoir une stratégie de commercialisation méthodique, dynamique et souple et un soutien professionnel à l'étape du démarrage.

**La Mecque de la franchise** — Un rapport préparé par Dean Consultants note que le marché du franchisage au Moyen-Orient devrait passer de 1 à 7 milliards de \$

d'ici deux ans. En outre, on s'attend à ce que le nombre de franchises dans cette région passe de 300 à plus de 2 000 d'ici la fin de l'année, faisant du Moyen-Orient le marché le plus attrayant au monde dans ce domaine.

Les grandes sociétés américaines, notamment Sears, Toys "R" Us, Burger King, McDonald's, Pizza Hut, Avis, Hertz, Hilton et Holiday Inn, sont déjà bien établies au Moyen-Orient.

La demande de franchises demeure toutefois importante dans les domaines de la restauration et des repas-minute, de l'impression rapide, du nettoyage à sec, des détaillants et des magasins de détail traditionnels.

#### Renseignements

Pour obtenir de plus amples renseignements sur **Franchise Expo** et le franchisage au Moyen-Orient, communiquer avec Lumber and Associates, 350 Burnhamthorpe Road West, PHH Centre, Suite 202, Mississauga (Ont.) L5B 3J1, tél. : (905) 273-DEAN (3326); fax : (905) 273-3881.

## Service de commercialisation de produits agroalimentaires

(Suite de la page 1)

compte du rôle du MAECI dans l'administration du programme à l'étranger et de l'expertise agroalimentaire d'AAC et des ressources accrues qui lui ont été affectées pour le développement du commerce.

Un principe clé du SCAI est un plus grand partenariat MAECI-AAC qui fournit à l'exportateur agroalimentaire un service continu, depuis sa toute première demande de renseignements jusqu'à sa réussite commerciale sur le marché étranger. Il n'y a pas de frontières ministérielles au niveau du service fourni : c'est un service Équipe Canada où le rôle de tous les intervenants fédéraux est coordonné efficacement.

Voici, plus précisément, en quoi consiste le SCAI.

### Description du SCAI

Le SCAI est un centre de liaison pour les exportateurs de produits agroalimentaires qui souhaitent se procurer de l'information commerciale et des renseignements sur les marchés internationaux et les débouchés, obtenir des conseils en matière de commerce d'exportation, et bénéficier de programmes d'appui à l'exportation.

Il n'est donc pas nécessaire de chercher parmi une multitude de numéros de téléphone du MAECI ou d'Agriculture et Agroalimentaire Canada — les deux ministères sont partenaires pour ce service! Un appel au SCAI donne accès aux services suivants :

**\*Renseignements sur les marchés et information commerciale** — Ces renseignements sont adaptés pour répondre aux besoins des utilisateurs, et sont fournis par le réseau Info-Agro Export, service pancanadien d'information électronique, et par les spécialistes de l'agroalimentaire en poste dans les principaux marchés un peu partout dans le monde. Des centaines d'experts, de bibliothèques et de banques de données sont prêts à fournir aux membres de l'industrie des renseignements détaillés et des conseils sur les débouchés. Le SCAI peut donner accès à une foule de rapports sur les marchés, par pays et par produit.

**\*Fonds agroalimentaire des délégués commerciaux** — Les agents commerciaux d'Agriculture et Agroalimentaire Canada peuvent recourir à ce fonds pour financer des initiatives qui seront profitables aux exportateurs canadiens. Ce fonds est un mécanisme de financement souple et rapide de projets qui ne s'insèrent pas dans les programmes existants. Il offre en outre aux agents commerciaux la possibilité d'entreprendre des projets qui reposent sur leur connaissance des marchés locaux et qui contribueront au succès des exportateurs de produits agroalimentaires sur ces marchés.

**\*Commerce agroalimentaire 2000** — Il s'agit d'une composante essentielle du SCAI qui regroupe les programmes de contributions antérieurs en matière d'expansion du commerce et de développement des marchés. La plus grande partie du budget de cette composante va à des initiatives de développement des marchés par l'intermédiaire d'associations industrielles ou d'alliances.

**\*Matériel publicitaire sur le nouveau thème du Canada** — Ce matériel indique aux clients internationaux que les boissons et les produits alimentaires canadiens sont à l'image du pays — naturels, sains et purs — et qu'ils répondent à leurs attentes les plus élevées en matière de qualité, de pureté et de sûreté. Le nouveau thème assure aux produits agroalimentaires canadiens une présence uniforme et accrue sur les marchés d'exportation. Il a été intégré au pavillon qu'avait le Canada à ANUGA'95, l'une des plus importantes foires des aliments et des boissons en Europe.

**\*Foires commerciales et activités de promotion des aliments** — Le MAECI s'est joint à Agriculture et Agroalimentaire Canada pour concevoir, à l'échelle internationale, des expositions et des promotions ultramodernes de produits alimentaires. Une formation est en outre offerte afin que les entreprises du secteur canadien de l'agroalimentaire soient préparées convenablement à participer à ces activités.

**\*Formation des exportateurs** — Ce service vise à accroître le nombre d'entreprises canadiennes qui possèdent des capacités d'exportation, et qui sont prêtes à exporter. Agriculture et Agroalimentaire Canada, en collaboration avec les provinces, est en train de concevoir du matériel didactique qui constituera la base d'un système de formation spécialement axé sur l'exportation de produits agroalimentaires.

**\*Approche « Équipe Canada »** — Comme en témoignent les résultats enregistrés jusqu'à maintenant, qui permettent de dire que le Canada atteindra son objectif de 20 milliards de \$ d'exportations en l'an 2000, la stratégie de promotion du commerce international signifie une meilleure coordination des activités fédérales et provinciales adaptées aux besoins du secteur, notamment la conception de la nouvelle image des produits alimentaires canadiens sur les marchés étrangers.

### Renseignements

Pour obtenir plus de détails sur le SCAI, communiquer avec M. Rod Johnson (AAC), tél. : (613) 759-7687, fax : (613) 759-7506; ou M. Gordon Parsons (MAECI), tél. : (613) 995-1773, fax : (613) 943-1103.

## ASTEX

(Suite de la page 5)

sition, est en train de constituer un groupe d'exposants canadiens pour ASTEX 96. On peut communiquer avec UNILINK à 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt (Ont.) M1S 5A8; tél. : (416) 291-6359; fax : (416) 291-0025.

Pour tout renseignement sur le programme qui sera préparé par l'ambassade du Canada à Riyad, communiquer avec M. Rick Clynick, MAECI, à Ottawa, tél. : (613) 944-5984; fax : (613) 944-7431; ou avec M. John Clapp, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288; fax : (011-966-1) 488-0137.

## OCCASIONS D'AFFAIRES

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

**ÉGYPTE** — Par l'entremise de son représentant au Canada, une entreprise égyptienne lance un appel d'offres à des sociétés pouvant fournir **2 900 tonnes de poutres et de poutrelles d'acier**. Les documents de préqualification doivent être envoyés à M. Magdi Kaldas, président, Egy-Can Trading & Agencies, 16 Falstaff Place, Victoria (C.B.), V9A 7A5, tél./fax : (604) 480-5144.

**LIBAN** — Une société pharmaceutique du Liban, qui obtiendra incessamment son accréditation ISO 9002, fabrique des solutions I.V., du matériel de perfusion, des circuits extra-corporels pour l'hémodialyse et des produits injectables. L'entreprise a pris connaissance de divers débouchés d'exportation en France et dans des pays voisins du Moyen-Orient. Elle aimerait **représenter une société pharmaceutique canadienne** qui produit du matériel à usage unique ou des produits injectables. Un accord de **coentreprise et d'aide technique** serait à envisager. Communiquer avec M. N.T. Tabet, Alfa Laboratories S.A.L., Sehaileh-Keserwan, Liban, tél. : (961-3) 345-062/345-068; fax : (961-1) 601-965 ou (961-9) 939-389.

**MEXIQUE** — Une société mexicaine est à la recherche d'un fournisseur canadien de **purée de tomate de marque Hot Break**. Voici les spécifications du produit recherché : concentration, 30/32 degrés Brix; emballage, sacs aseptiques dans des tonneaux en acier; poids net, 240 kg par tonneau; poids brut, 252 kg par tonneau; expédition, dans des conteneurs de 20 pieds renfermant 80 tonneaux chacun; quantité approximative, 200 tonnes métriques. Communiquer avec M. J. Antonio Pahnke, agent commercial, ambassade du Canada à Mexico, tél. : (5) 724-7900; fax : (5) 724-7982.

**NOUVELLE-ZÉLANDE** — Une société locale, qui représente avec succès les produits de deux entreprises canadiennes exportatrices en Nouvelle-Zélande, désire élargir le champ de ses activités et importer les produits de sociétés canadiennes qui ne sont pas représentés sur le marché néo-zélandais. La société est à la recherche de **produits, d'équipement ou de systèmes dans les domaines du génie ou de la foresterie** — ainsi que de **faibles capitaux à investir** dans la publicité. La société, qui bénéficie d'une assise commerciale bien

établie, possède de l'expérience dans l'importation de biens et de systèmes en provenance du Canada, une bonne connaissance des secteurs néo-zélandais du génie et de la foresterie, un bon réseau de relations dans ces secteurs, de bonnes capacités en matière de recherche de clients et des compétences techniques, le sens des affaires et de bons antécédents. Communiquer avec M. Trevor Butler, Frame Group Limited, P.O. Box 6963, Auckland, Nouvelle-Zélande, tél. : 64-9-307-6887; fax : 64-9-366-4440.

## Lois visant à libéraliser l'économie des Philippines

Quatre lois ayant été adoptées récemment par le président Fidel Ramos devraient favoriser la déréglementation et la libéralisation de l'économie des Philippines et rendre, entre autres, améliorations, l'investissement dans ce pays plus intéressant.

Essentiellement, l'adoption de ces nouvelles lois signifie que :

\* des équivalents tarifaires remplaceront les contingents d'importation appliqués aux produits agricoles (à l'exception du riz);

\* le capital d'apport minimum des sociétés étrangères exerçant des activités sur le marché intérieur et les marchés étrangers passera de 500 000 \$ US à 200 000 \$ US, et les entreprises utilisant de la technologie de pointe et employant directement au moins 50 salariés bénéficieront d'une réduction supplémentaire, qui portera à 100 000 \$ US leur capital d'ap-

port minimum requis.

\* la liste C négative (qui portait notamment sur l'assurance, l'octroi de licences, les accords de distribution et le commerce) sera supprimée de la Loi de 1991 sur l'investissement étranger;

\* les importations de pétrole et l'établissement de nouvelles raffineries seront libéralisés et, en aval, la réglementation des prix du pétrole sera éliminée;

\* les consommateurs seront protégés par l'assurance que les taxes à l'importation applicables aux marchandises qu'ils achètent ont été acquittées par les importateurs.

On peut obtenir plus de renseignements au sujet de ces nouvelles lois auprès de la Philippine Trade Commission, 60 Bloor Street West, Suite 409, Toronto, M4W 3B8, tél. : (416) 967-1788; fax : (416) 967-6236.

# Intermark Environmental Solutions Inc.

(Suite de la page 2)

chaleur possible) soit plus élevé au départ que celui d'un incinérateur traditionnel, le coût d'exploitation est inférieur et la revente des sous-produits peut générer des recettes appréciables.

« Je crois que la possibilité qu'offre notre système de récupérer des sous-produits a conféré une plus grande importance que prévue à notre projet et nous a permis de battre nos concurrents, y compris les États-Unis, la Suisse et l'Espagne », explique M. Riggs.

## Le marché

L'Afrique du Sud produit au moins cinq millions de tonnes de déchets par année, et les normes en matière d'élimination des déchets dangereux sont inadéquates et coûteuses.

La société a l'intention de construire d'autres installations sur le territoire sud-africain en collaboration avec des partenaires locaux (la première installation, une unité mobile, devrait être prête en octobre), voire dans d'autres territoires de la région.

Une fois en opération, chaque installation crée une trentaine d'emplois en plus de ceux créés au Québec et en Ontario — Hydro-Québec est au nombre des sous-traitants.

« Comme il y a une pénurie de travailleurs qualifiés dans ce domaine, la formation constitue un élément clé de nos activités, affirme M. Riggs. Au départ, la formation était donnée en fonction de nos propres projets, mais maintenant, elle répond à d'autres besoins de formation industrielle. »

Par conséquent, Intermark a récemment signé une lettre d'intention avec une entreprise du Nouveau-

Brunswick, Applied Courseware Technologies (l'un des principaux fournisseurs de logiciels de développement de didacticiels) afin de répondre conjointement aux besoins du marché sud-africain.

« L'avenir de l'économie sud-africaine ainsi que celui de ma société et d'autres entreprises du pays est étroitement lié au perfectionnement des ressources humaines », reconnaît M. Riggs.

« Mon associé est actuellement en Afrique du Sud pour mettre en place des programmes de formation. Comme chaque usine est très automatisée et informatisée, elle créera des emplois spécialisés au sein de l'économie locale. »

De plus, Intermark a ouvert sur place un bureau afin d'assurer un meilleur soutien à ses projets en Afrique du Sud.

Selon l'expérience de cette jeune société, on peut affirmer que le partenariat, la patience et la présence sur place sont trois éléments essentiels auxquels les sociétés canadiennes doivent accorder une grande importance lorsqu'elles tentent de percer le marché de l'Afrique du Sud pour la première fois.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la société Intermark, communiquer avec son président, M. Ron Riggs, tél. : (613) 821-0188, fax : (613) 821-4833.

## PUBLICATIONS

### Norvège : marché pétrolier et technologies environnementales

La publication *Rapport sur le marché, Les technologies environnementales pour le secteur pétrolier*, a pour but d'informer sur les grands enjeux environnementaux dans l'industrie pétrolière et gazifière de la Norvège, et particulièrement de chercher à en prévoir l'évolution.

Cette étude, qui divise ce marché en trois segments, soit la surveillance, le traitement des effluents et le matériel de lutte contre la pollution par les hydrocarbures, survole également le secteur des hydrocarbures et de l'environnement et traite des ten-

dances du marché ainsi que des facteurs d'influence de cette industrie.

Pour obtenir la version imprimée (273EF) de ce rapport ou le document (n°84507) via FaxLink, communiquer avec l'InfoCentre du MAECI, Ottawa (voir l'encadré au bas de la page)

Pour de plus amples informations sur l'étude de ce marché, communiquer avec M. Gilles Potvin, MAECI, Ottawa; tél. : (613) 996-1431; fax : (613) 943-8820; courrier électronique : gilles.potvin@extott16.x400.gc.ca

## INFOCENTRE

L'InfoCentre du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications ainsi que des services de références. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus en contactant l'InfoCentre par téléphone au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000) ou par fax au (613) 996-9709; en appelant FaxLink de l'InfoCentre à partir d'un télécopieur au (613) 944-4500; en appelant le Babillard électronique de l'InfoCentre au 1-800-628-1581 à partir du modem d'un ordinateur personnel; et enfin en consultant le site Internet World Wide Web de l'InfoCentre au <http://www.dfait-maeci.gc.ca>.

Retourner en cas de non-livraison à  
CANADÉXPORT (BCT)  
125, prom. Sussex  
Ottawa (Ont.)  
K1A 0G2



POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé / Postage Paid

NBRE BLK

2488574

OTTAWA