

DOCS  
CA1  
EA  
C16  
FRE  
v. 21  
December  
15, 2003  
Copy 2

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs  
and International Trade

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

JAN - 5 2004

Canada



L'esprit créatif mène loin

## S'implanter sur le marché américain de l'habitation

### Dans ce numéro

- 2 Le salon américain sur la sécurité maritime
- 3 Le Délégué commercial virtuel
- 4 Forum sur l'investissement en France  
Poissons et fruits de mer surgelés d'Espagne
- 6 Les vins de glace canadiens au Mexique  
Produits et services du secteur forestier
- 7 Nouvelles commerciales
- 8 Foires et missions commerciales

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) est bombardée de questions venant de firmes et de professionnels du secteur de l'habitation qui s'inquiètent de plus en plus de l'état des relations commerciales entre le Canada et les États-Unis. La question principale semble être : les entreprises canadiennes ont-elles les moyens nécessaires pour se mesurer à la concurrence internationale dans ce secteur?

La réponse : le succès remporté par une entreprise de la Colombie-Britannique, **Lange-Construction** (Lange-Con), dont l'expérience des cinq dernières années montre bien le potentiel que recèle le marché américain pour les entreprises canadiennes.

Depuis sa fondation en 1983, Lange-Con se spécialise dans la construction de



charpentes et la construction sur place. Ces dernières années, elle a changé son approche pour se concentrer sur la maison dans son ensemble. Ainsi, la maison est conçue comme un système dont les différents éléments s'harmonisent en un tout. Lange-Con conçoit et fabrique des maisons complètes à partir de son siège de Kelowna, en Colombie-Britannique.

voir page 5 — Marché américain

## Mission commerciale en Amérique centrale et EXPOCOMER

**GUATEMALA, SALVADOR, COSTA RICA ET PANAMA** — du 1<sup>er</sup> au 7 mars 2004 — Votre société cherche-t-elle à exporter dans les domaines de l'agroalimentaire et des boissons, des matériaux de construction ou des services et des technologies de l'environnement? Si la réponse est oui, joignez-vous au **Circuit de l'Amérique centrale 2004** — mission commerciale de gens d'affaires canadiens dans quatre marchés d'Amérique centrale — et à **EXPOCOMER** au Panama ([www.expocomer.com](http://www.expocomer.com)), la plus grande foire commerciale régionale en Amérique centrale, qui attire plus de 40 000 visiteurs et 500 exposants venant de 30 pays d'Asie, d'Europe et des Amériques.

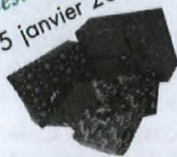
voir page 5 — L'Amérique

CanadaExpress

Vol. 21, n° 21  
15 décembre 2003



Joyeuses Fêtes!  
Prochain numéro : le 15 janvier 2004



## Le Canada se distingue au salon américain sur la sécurité maritime

L'excellence du Canada dans le domaine des technologies de la sécurité était bien représentée au deuxième salon annuel sur la sécurité maritime (**U.S. Maritime Security Conference and Expo**), qui a eu lieu à New York en octobre 2003. Plus de 200 exposants venus des quatre coins du globe — dont cinq entreprises canadiennes en quête de nouveaux débouchés aux États-Unis — ont participé à ce salon, qui est rapidement en train de devenir l'un des plus importants dans ce domaine.

Le savoir-faire canadien était abondamment représenté à cette importante foire internationale. Le ministre des Transports, David Collenette, était sur place pour promouvoir les compétences du Canada dans ce



Le ministre des Transports, David Collenette, (à droite) assistant à une démonstration du Night Navigator donnée par Douglas Houghton, président de Current Corporation.

secteur. Il a rencontré les représentants de **Canadian Submarine Technologies**, une entreprise de la Colombie-Britannique qui met au point et construit des petits sous-marins destinés à des applications de sécurité. Les deux submersibles prototypes de la firme, présentés pour la première fois au salon de New York, ont remporté un grand succès auprès des visiteurs et des participants à la conférence.

Le ministre Collenette a aussi rencontré les représentants de **Hike Metal Products Ltd.**, de **Rosborough Boats Ltd.**, de **C-Tech** et de **Current Corporation**. Hike Metal Products Ltd., une entreprise de construction navale située sur les rives du lac Érié, fabrique divers types d'embarcations destinées au maintien de l'ordre. La firme a obtenu des contrats d'importants clients canadiens et américains, dont le U.S. National Parks Service et le ministère canadien des Pêches et des Océans.

Rosborough Boats Ltd., une entreprise familiale d'Halifax, s'est acquis une réputation internationale pour la conception et la construction de bateaux sur commande, tandis que la firme ontarienne C-Tech se spécialise dans les sonars sous-marins. Current Corporation, une firme de la Colombie-Britannique, met au point des dispositifs de vision nocturne, notamment sa ligne de produits actuelle Night Navigator, destinée aux traversiers haute

vitesse, aux vaisseaux de la Garde côtière et à d'autres bâtiments marins. Chacune de ces entreprises canadiennes était présente au salon de New York afin de trouver de nouveaux débouchés aux États-Unis et de faire la preuve du savoir-faire canadien dans le domaine des technologies de sécurité maritime.

Le consulat général du Canada à New York a participé activement à l'exposition de cette année. Il y présentait un stand où il donnait aux visiteurs des renseignements généraux sur le Plan d'action pour une frontière intelligente Canada-États-Unis et sur les nouvelles mesures de sécurité maritime mises en place par le Canada.

**Pour plus de renseignements** sur le prochain salon Maritime Security Expo, communiquez avec Mike Rosenberg, président, EJKrause, tél. : (301) 493-5500, courriel : [rosenberg@ejkrause.com](mailto:rosenberg@ejkrause.com), site Web : [www.maritimesecurityexpo.com](http://www.maritimesecurityexpo.com).

### Au calendrier É.-U.

**Pour des renseignements** sur les missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consultez le Calendrier d'exportation É.-U. à [www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export](http://www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export).

Rédactrice déléguée : **Yen Le**  
 Rédacteur : **Michael Mancini**  
 Tirage : **55 000**  
 Téléphone : **(613) 992-7114**  
 Télécopieur : **(613) 992-5791**  
 Courriel : [canad.export@dfait-maeci.gc.ca](mailto:canad.export@dfait-maeci.gc.ca)  
 Site Web : [www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport](http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport)

CanadExport

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

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

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

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

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

DÉLÉGUÉ  
 COMMERCIAL  
 VIRTUEL  
 INFORMATION ET SERVICES  
 PERSONNALISÉS



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

### Le Délégué commercial virtuel — une clé qui ouvre les portes de la réussite sur les marchés internationaux!

Des exportateurs canadiens chevronnés, qui connaissent bien les secrets de la réussite sur les marchés étrangers, vous proposent des conseils pour éviter les problèmes d'exportation les plus courants.

... comme faire cavalier seul. C'est là une erreur que font fréquemment les exportateurs.

Pour évaluer le potentiel de votre marché, vous avez peut-être besoin de l'aide d'une personne qui possède une expérience pratique et dispose d'un réseau de personnes-ressources dans un autre pays. Ou vous aimeriez peut-être recevoir des conseils sur la façon de régler d'importants problèmes commerciaux qui pourraient se présenter sur un marché étranger en particulier.

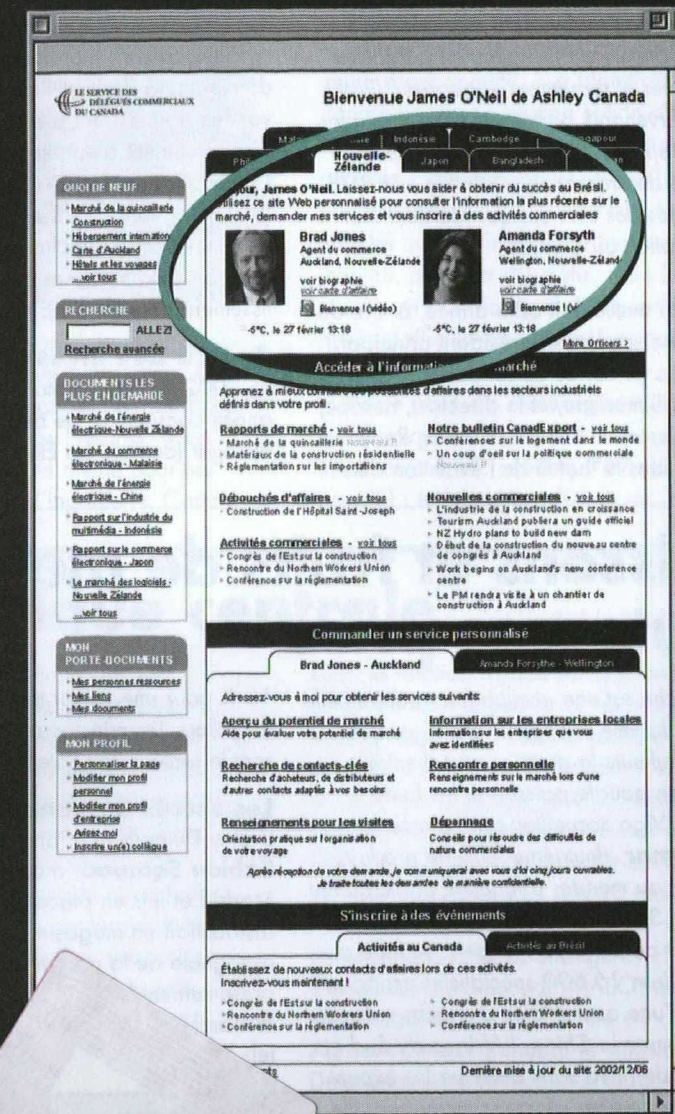
Savez-vous que le Canada possède une équipe de délégués commerciaux dans plus de 140 villes dans le monde et qu'ils sont là pour aider les exportateurs canadiens? N'hésitez pas à faire appel à eux.

Grâce au Délégué commercial virtuel, il est plus facile que jamais de communiquer directement avec n'importe lequel des 500 délégués commerciaux canadiens partout dans le monde. C'est gratuit, et un clic suffit!

### Ne faites pas cavalier seul!

**Ayez recours à votre Délégué commercial virtuel et tirez profit de notre expérience des marchés internationaux.**

Inscrivez-vous dès maintenant à l'adresse [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca), et vous comprendrez pourquoi des milliers d'entreprises canadiennes y sont déjà inscrites!



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

[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

LE SERVICE DES  
 DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
 DU CANADA

## Forum sur l'investissement de l'ambassade du Canada en France

Le **Forum de l'investissement français au Canada** a été créé en janvier 1998 par la Section de l'investissement de l'ambassade du Canada en France. Chaque année, les intervenants canadiens et français engagés dans la promotion de l'investissement français au Canada se rassemblent pour suivre l'évolution du mouvement des investissements français au Canada, en particulier des petites et moyennes entreprises (PME). Ces intervenants partagent aussi de l'information afin de mieux coordonner les activités de promotion et d'offrir aux PME françaises des services qui facilitent leur implantation au Canada.

Le Forum accueillait cette année, à titre de conférenciers, le vice-président principal, Industries du Fonds de solidarité FTQ, Jacques Simoneau, et le directeur, Europe, d'Investissement Québec à Paris, René Parent, sous le thème de l'évolution du

capital de risque au Québec. La dernière réunion du forum s'est tenue à la fin de septembre, à Paris, dans les locaux de la Banque du développement des PME (BDPME), importante institution française de prêts et de garanties bancaires. Ce fut l'occasion de souligner le premier anniversaire du protocole d'entente signé entre l'ambassade du Canada en France et la BDPME.

Cette année, le protocole d'entente a donné lieu à des activités de promotion variées, forums et tables rondes, sur l'établissement d'entreprises françaises au Canada, dans diverses régions de France (Limoges, Nantes, Paris, Lille, Evry). Ces rencontres ont attiré plus de 250 participants et créé de nombreuses perspectives d'investissement pour les PME françaises.

### Aperçu de l'investissement

En 2002, la France était, pour la troisième année consécutive, le deuxième investisseur étranger (derrière les États-Unis) et le premier

investisseur européen au Canada (devant le Royaume-Uni), avec plus de 9 p. 100 du stock d'investissement étranger direct. L'ensemble de l'investissement français au Canada s'est multiplié par huit environ au cours des 10 dernières années, pour atteindre 32,2 milliards de dollars. Le stock d'investissement canadien direct en France se chiffrait à près de 4,5 milliards de dollars en 2002, ce qui place la France au septième rang européen.

Le Canada et la France ont conclu plusieurs opérations commerciales en 2003, la plus importante étant l'acquisition de Pechiney par **Alcan**, évaluée à quelque 6 milliards de dollars.

**Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada en France, tél. : **(011-33-1) 44-43-29-00**, téléc. : **(011-33) 44-43-29-98**, courriel : **paris-td@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.dfait-maeci.gc.ca/paris**. ✪

## Poissons et fruits de mer surgelés d'Espagne : toute une prise

La pêche est une occupation traditionnelle dans la ville espagnole de Vigo, qui reste d'ailleurs le premier port d'entrée européen pour le poisson et les fruits de mer. Vigo accueillait cette année **Conxemar**, deuxième foire de produits surgelés au monde, à laquelle participaient quelque 380 exposants, dont près du tiers venaient de 29 pays étrangers. La foire a reçu environ 16 500 spécialistes espagnols ainsi qu'une quarantaine d'experts venus de pays comme la Chine, l'Afrique du Sud et l'Indonésie. Il va sans dire que les exportateurs canadiens de poissons et fruits de mer se devaient d'être présents à un événement de cette ampleur; six entreprises ont participé au stand canadien.

En Espagne, tout comme dans le reste de l'Europe d'ailleurs, la consommation de poissons et fruits de mer surgelés progresse rapidement. En 2002, elle s'est accrue de

13 % pour une valeur totale de 650 millions de dollars. Les principaux clients de l'industrie sont le secteur de l'hôtellerie et des traiteurs.

### Les succès du Canada en Espagne

Danny Dumaresque, propriétaire de **Blanc Sablon Seafood**, a ouvert un bureau à Madrid et mis en place un réseau de distribution en magasin et dans l'industrie espagnole de la restauration. Il étudie présentement la possibilité d'introduire sur le marché de nouveaux produits canadiens, tels la moule, le crabe des neiges et le homard transformé.

**Clearwater**, représentée par Aurélie Bennehard et Maria Bueno, s'emploie à mettre en place un réseau de distribution de produits de la mer et négocie présentement avec deux distributeurs importants. L'entreprise se propose de lancer une campagne de promotion en Espagne en 2004, ciblant notamment la restauration haut de gamme.

Richard Walsh, représentant **Gold Seal**, a vendu plus d'un million de livres de saumon sauvage à Conxemar. Les Espagnols et les Italiens consomment 80 % du saumon sauvage exporté en Europe.

Steve Coble, de **Breakers Fish Company**, a vendu environ un quart de million de livres de saumon. Sa participation à Conxemar a été très profitable et de nouveaux contrats de distribution ont été signés.

L'édition 2004 de Conxemar devrait se traduire par des résultats encore plus positifs pour les exportateurs canadiens de poissons et fruits de mer. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Marc Lionel Gagnon, attaché commercial, ambassade du Canada en Espagne, tél. : **(011-34-91) 423-3228**, téléc. : **(011-34-91) 423-3252**, courriel : **marc.l.gagnon@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.canada-es.org**. ✪

## Marché américain de l'habitation — suite de la page 1

Lange-Con réalise son chiffre d'affaires presque exclusivement aux États-Unis, principalement dans l'État de Washington. L'entreprise a retenu les services de représentants locaux dans les marchés des États de Washington, de la Californie et de l'Oregon. Cette décision a été un facteur déterminant de son succès.

Pour tenir compte des divergences entre les marchés américain et canadien de l'habitation, Lange-Con a décidé de fabriquer ses panneaux sans isolant ni filage. Cette option a l'avantage de simplifier la tâche des clients américains au moment de l'inspection des bâtiments.

### La frontière

La frontière peut constituer un problème sérieux pour les entreprises canadiennes, notamment dans les industries du bois d'œuvre et du bois en général. Les droits de 27 % appliqués aux importations américaines de bois d'œuvre résineux ont causé de graves préjudices aux exportateurs ces dernières années. Imposés par le gouvernement américain en 2001, ces droits compensatoires ont accru les prix des produits canadiens par rapport à ceux des produits américains.

En regard de cette situation, Lange-Con a repensé sa stratégie. Les droits compensatoires visant le bois d'œuvre résineux s'appliquent aux exportations de bois non transformé, mais non pas aux produits à valeur ajoutée, c'est-à-dire le bois transformé. Lange-Con a pu contourner les droits compensatoires en fabriquant les panneaux de bois au Canada et en exportant les produits finis aux États-Unis, ce qui en réduit le coût pour les constructeurs et les acheteurs de maisons américaines et confère à la compagnie une souplesse accrue dans son principal marché d'exportation.

Malgré le récent ralentissement de l'économie américaine, le marché de l'habitation reste relativement vigoureux aux États-Unis. L'immigration et la faiblesse des taux d'intérêt se sont conjuguées pour renforcer le marché des mises en chantier, tandis que la popularité

grandissante du préfabriqué a favorisé l'émergence d'une économie dynamique dans le secteur de la rénovation domiciliaire. Le nombre de mises en chantier



devrait rester stable, mais le marché de la rénovation a le vent dans les voiles.

La demande en produits pour la maison — armoires, portes ou fenêtres — est en hausse; il en va de même pour les moulures et le bois d'ingénierie. Comme

Lange-Con vend non seulement des panneaux extérieurs mais aussi des panneaux pour la finition intérieure, l'entreprise a trouvé un bon créneau sur le marché de la rénovation.

Les débouchés pour les maisons préfabriquées se sont également multipliés, et Lange-Con a su en tirer parti. En 1997, Lange-Con avait monté un total de 15 maisons dans l'État de Washington. Aujourd'hui, l'entreprise a presque sextuplé son chiffre d'affaires et son usine livre une ou deux maisons par jour.

L'expérience de Lange-Con montre qu'un esprit inventif, une planification rigoureuse et une gestion solide offrent aux entreprises canadiennes des perspectives nettement meilleures qu'il pourrait sembler à première vue. Le marché américain, comme tout autre marché, présente des défis, mais le succès est à la portée des entreprises qui sont disposées à les relever pour conquérir de nouveaux marchés.

**Pour plus de renseignements**, communiquez avec Nellie Cheng, SCHL International, tél. : **(604) 737-4128**, courriel : **ncheng@cmhc.ca**. ✪

## L'Amérique centrale — suite de la page 1

À l'ordre du jour du **Circuit de l'Amérique centrale 2004** : un programme personnalisé comprenant des rencontres de jumelage avec des personnes-ressources dans chaque pays, des activités de réseautage, des séminaires présentant des produits, des technologies et des services canadiens, des avis de spécialiste sur la conduite des affaires dans la région, une visite de la Zone franche de Colon, la plus imposante de l'hémisphère occidental, et une présence au pavillon du Canada à EXPOCOMER.

La population globale de l'Amérique centrale étant de 30 millions d'habitants, cette région constitue un marché d'importation de 1,3 milliard de dollars, et ce chiffre ne cesse d'augmenter. Grâce aux relations privilégiées qu'a établies le Canada avec des pays de la région, comme en témoignent le nouvel accord de libre-échange conclu avec le Costa

Rica, la relation fondée sur le principe de la « nation la plus favorisée » établie avec le Panama et l'accord de libre-échange conclu avec le Salvador, le Guatemala, le Honduras et le Nicaragua, les liens commerciaux qui unissent le Canada à l'Amérique centrale devraient prendre leur essor d'ici 5 à 10 ans.

Cette mission est organisée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, le ministère du Développement économique et régional du Québec, Exportation et développement Canada et Industrie Canada. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Carlos Rojas-Arbulú, délégué commercial, MAECI, tél. : **(613) 996-6129**, courriel : **carlos.rojas-arbulu@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.infoexport.gc.ca/pa**. ✪

## Des acheteurs mexicains découvrent les vins de glace canadiens

Une délégation d'importants acheteurs de vins et de journalistes mexicains est récemment retournée au Mexique avec le sentiment d'avoir découvert une toute nouvelle région vinicole : le Canada.



La délégation mexicaine s'initie aux vins de glace à la vinerie du Château des Charmes dans la région de Niagara

Durant leur tournée d'une semaine au Canada en octobre, ils ont eu l'occasion de visiter plus d'une douzaine de vignobles canadiens de la région de Niagara, de l'Okanagan et de la Fraser Valley. Cette mission a été coordonnée par le MAECI en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario et le Wine Institute de la Colombie-Britannique.

L'objectif de cette visite était de présenter l'industrie des vins canadiens à d'importants acheteurs mexicains. Le Mexique importe présentement des vins du monde entier, sauf du Canada, malgré le fait qu'en vertu de l'ALENA, la plupart des aliments et boissons en provenance du Canada soient exempts de droits. Le but est donc de rendre les vins de glace canadiens facilement disponibles partout au Mexique.

Les acheteurs prédisent que cette visite permettra aux vins de glace canadiens de remporter un succès colossal au Mexique. Les membres de la délégation mexicaine comprenaient des acheteurs de la Castellana, de Vinoteca et du Club del

Gourmet, fournisseurs de vins de qualité aux hôtels, aux restaurants et aux détaillants. Un journaliste sommelier mexicain très connu était également invité et a par la suite rédigé des articles sur les vins de glace canadiens dans *Reforma*, le journal national du Mexique. Un article sur le Canada et les vins canadiens sera également publié dans le magazine mexicain très sélect traitant de la restauration et des vins, *Catadores*.

Grâce à cette visite et aux éloges de la presse, il est fort probable que les vins de glace canadiens s'imposeront sur le marché mexicain très bientôt. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Marcello DiFranco, délégué commercial, Direction du Mexique, MAECI, tél. : (613) 996-8625, courriel : [marcello.difranco@dfait-maeci.gc.ca](mailto:marcello.difranco@dfait-maeci.gc.ca) ✱

## Mondialisez vos produits et services du secteur forestier

La réputation du Canada est bien établie pour ce qui est de la qualité de ses produits et services du secteur forestier. Alors que la demande en Amérique du Nord a été faible ces dernières années, la demande mondiale de produits et de services forestiers ne cesse de progresser. Les entreprises canadiennes ont donc intérêt à tirer parti des débouchés internationaux pour demeurer concurrentielles.

On prévoit une augmentation de la demande des articles de papier, notamment dans les pays en développement d'Asie et d'Amérique

latine. De nouveaux codes de gestion forestière visant le développement durable sont mis en place partout dans le monde, générant des débouchés pour les consultants et les conseillers du secteur. Les règlements environnementaux ont suscité la modernisation d'usines et d'installations de traitement, créant des occasions d'affaires tant pour les gestionnaires de projet que pour les firmes qui vendent des technologies et de l'équipement sans danger pour l'environnement. De plus, le désir des entreprises de demeurer concurrentielles crée des débouchés pour les technologies

## Débouchés à l'exposition Reconstruction de l'Iraq 2004

**MISHREF, Koweït** — du 19 au 23 janvier 2004 — L'ambassade du Canada au Koweït se prépare à monter un pavillon canadien à l'exposition **Reconstruction de l'Iraq 2004**. Cette exposition mettra en contact des fournisseurs du monde entier avec les responsables de la reconstruction de l'Iraq — projet qui, au cours des cinq prochaines années, devrait coûter plus de 100 milliards de dollars américains, dont au moins 50 milliards en travaux donnés en sous-traitance à des entreprises américaines et étrangères. Les entreprises canadiennes pourront profiter des débouchés offerts par cette exposition pour cibler, elles aussi, le marché koweïtien.

Il est possible que les entreprises désireuses de participer ou d'assister à cette exposition soient admissibles à une aide financière du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), ce qui les aiderait à réduire les coûts de participation ([www.dfait-maeci.gc.ca/pemd](http://www.dfait-maeci.gc.ca/pemd)).

**Pour plus de renseignements**, communiquez avec Bechara Nacouzi, tél. : (514) 685-3530, téléc. : (514) 685-6873, courriel : [bnacouzi@videotron.ca](mailto:bnacouzi@videotron.ca) et envoyez une copie à George Sanderson, conseiller commercial, ambassade du Canada au Koweït, courriel : [george.sanderson@dfait-maeci.gc.ca](mailto:george.sanderson@dfait-maeci.gc.ca), site Web : [www.rebuild-iraq-expo.com](http://www.rebuild-iraq-expo.com) ✱

visant une amélioration de l'efficacité ou une automatisation des processus.

Si votre entreprise se spécialise dans le secteur forestier, saisissez cette occasion de partager votre savoir-faire avec le monde entier. L'expérience peut être très avantageuse. **Pour plus de renseignements** sur l'exportation, communiquez (sans frais) avec le Service d'information sur l'exportation d'Équipe Canada inc, au 1 888 811-1119, ou consultez le site à l'adresse suivante : [www.exportsource.ca](http://www.exportsource.ca) ✱

## Lancement d'une foire commerciale virtuelle des soins de santé

Lancée le 5 novembre 2003, la **Foire commerciale virtuelle des soins de santé** est une foire en ligne destinée au secteur de la santé, qu'on peut visiter à l'adresse : [www.healthcarevts.ca](http://www.healthcarevts.ca). Cette foire a été élaborée par le haut-commissariat du Canada en Jamaïque pour établir des liens commerciaux entre les entreprises du secteur des soins de santé du Canada et celles des Caraïbes, et pour offrir aux nouveaux exportateurs un moyen peu coûteux d'exposer leurs produits et services.

Cette foire virtuelle permet aux entreprises canadiennes prêtes à exporter, quelle que soit leur taille ou leur expérience, de faire connaître leurs capacités aux distributeurs et utilisateurs finals de la région des Caraïbes. En outre, elle permet aux entreprises des Caraïbes de déterminer quels sont les éventuels fournisseurs

canadiens de biens et de services, tout en faisant connaître leurs propres capacités.

Au début, seulement les entreprises du territoire de responsabilité du haut-commissariat du Canada en Jamaïque (les îles Caïmans, les Bahamas, le Belize, la Jamaïque et les îles Turks et Caïcos) participeront à cette foire. Cependant, nous espérons que le champ d'application de cette foire s'étendra de manière à englober tout le marché des Caraïbes. La Foire commerciale virtuelle des soins de santé est un projet pilote qui, s'il réussit, sera pris comme modèle en vue de créer des foires commerciales virtuelles pour d'autres secteurs d'intérêt.

### Avantages de la foire commerciale virtuelle

La participation est gratuite. En outre, il ne faut que peu de temps et d'effort pour devenir un exposant et maintenir un stand virtuel d'exposant. Il s'agit aussi d'une

## Mission commerciale et séminaire sur la télémédecine au Mexique

**MEXICO, MEXIQUE** — les 28 et 29 janvier 2004 — Afin de répondre à l'intérêt accru et aux débouchés croissants qui se présentent au Mexique dans le domaine de la télémédecine, l'ambassade du Canada au Mexique, Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, en collaboration avec le gouvernement de l'Alberta, organisent une mission commerciale et un séminaire sur la télémédecine.

**Pour plus de renseignements**, communiquez avec Ken Yokoyama, Direction du développement du commerce international, Industrie Canada, tél. : (613) 990-0871, téléc. : (613) 990-3858, courriel : [yokoyama.ken@ic.gc.ca](mailto:yokoyama.ken@ic.gc.ca) ✱

## Mission du secteur sans fil en Asie du Sud-Est

**MALAISIE, SINGAPOUR, PHILIPPINES ET INDONÉSIE** — du 9 au 20 février 2004 — Il y a peu de domaines qui égalent le dynamisme et la diversité du secteur des technologies de l'information et des communications (TIC) en Asie du Sud-Est. Le grand nombre de pays de l'Asie du Sud-Est qui travaillent avec diligence pour combler le fossé numérique ouvre la porte aux fournisseurs canadiens de solutions en matière de TIC.

Le programme comprendra les événements suivants : des consultations préalables à la mission, une séance d'information que donnera un représentant de la mission diplomatique du Canada à chaque arrêt, un repas d'affaires et une réception, des présentations et des visites de firmes locales de télécommunications.

**Pour plus de renseignements**, communiquez avec Michael Cleary, Industrie Canada, tél. : (613) 991-4903, courriel : [cleary.michael@ic.gc.ca](mailto:cleary.michael@ic.gc.ca) ✱

foire commerciale qui ne ferme jamais ses portes. Comme elle est ouverte 24 heures par jour et sept jours par semaine, on peut y faire des visites aussi souvent qu'il le faut. Autre caractéristique intéressante de cette foire virtuelle, elle facilite l'établissement de relations d'affaires par courrier électronique, par téléphone ou par le site Web de chaque participant; la participation ne suppose l'utilisation d'aucune autre ressource de l'entreprise.

Pour exposer à la Foire commerciale virtuelle des soins de santé, consultez le site Web indiqué et cliquez sur « Kiosque d'inscription ».

**Pour plus de renseignements**, communiquez avec la Direction commerciale du haut-commissariat du Canada en Jamaïque, courriel : [kngrtn-td@dfait-maeci.gc.ca](mailto:kngrtn-td@dfait-maeci.gc.ca), tél. : (876) 926-1500, poste 3351, téléc. : (876) 511-3491 ✱

## Supercomm India

**NEW DELHI, INDE** — du 4 au 6 février 2004 — Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Industrie Canada organisent le stand du Canada à **Supercomm 2004**, principale foire sur les télécommunications en Inde. L'an dernier, Supercomm India a réuni 134 exposants venant de 13 pays et attiré plus de 12 300 visiteurs provenant de 33 pays.

Pourquoi devriez-vous envisager de faire des affaires sur le marché indien? Parce que la demande pour tous les types de services y affiche une croissance exponentielle et que des sommes importantes y sont investies dans les services fixes et mobiles, les réseaux à très large bande et les réseaux sans fil. Le nombre de lignes installées en Inde a doublé au cours des dernières années. En 2005, le nombre prévu d'abonnés du téléphone atteindra 75 millions, en comptant les téléphones cellulaires.

Le pavillon du Canada mettra en valeur le savoir-faire incomparable du Canada dans les télécommunications, et une réception canadienne visant à favoriser le réseautage vous branchera sur le marché indien. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Janet Chater, agente de commerce (Inde), MAECI, tél. : (613) 944-1632, courriel : [janet.chater@dfait-maeci.gc.ca](mailto:janet.chater@dfait-maeci.gc.ca), site Web : [www.supercommindia2004.com](http://www.supercommindia2004.com) ✱

# Calendrier des foires

## AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

**LAS VEGAS (NEVADA)** — du 15 au 17 mars 2004 — **Heli Expo** est la plus grande exposition de produits pour les hélicoptères dans le monde. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Jeff Rochon, agent principal du développement industriel, Industrie Canada, tél. : (613) 954-3400, téléc. : (613) 952-8088, courriel : rochon.jeff@ic.gc.ca, site Web : [www.heliexpo.com](http://www.heliexpo.com).

## AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

**SÉOUL, CORÉE DU SUD** — du 3 au 5 mars 2004 — La **Food & Hotel Korea** est la deuxième édition de cette exposition annuelle du secteur de l'alimentation, des boissons, de l'hôtellerie, de la restauration, des services alimentaires, de la boulangerie et des supermarchés. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Derek Complin, UNILINK, tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528, courriel : dc@unilinkfairs.com, site Web : [www.unilinkfairs.com](http://www.unilinkfairs.com).

**TOKYO, JAPON** — du 9 au 12 mars 2004 — **Foodex Japan** est la troisième exposition des aliments et boissons en importance. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Suzanne Lalonde, conseillère (Affaires commerciales) et déléguée commerciale, ambassade du Canada au Japon, tél. : (011-81-3) 5412-6263, courriel : tokyo-fn@dfait-maeci.gc.ca, site Web : [www2.jma.or.jp/foodex](http://www2.jma.or.jp/foodex).

## AUTOMOBILE

**DETROIT (MICHIGAN)** — du 8 au 11 mars 2004 — Le **SAE (Society of Automotive Engineers) World Congress and Expo** est une des foires commerciales d'équipement, de pièces et de composants d'automobile les plus importantes dans le monde, et le Canada y aura un pavillon. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Anne Cascadden, agente de commerce international, consulat général du Canada à Detroit, tél. : (313) 446-7017, courriel : anne.cascadden@dfait-maeci.gc.ca, site Web : [www.sae.org/congress](http://www.sae.org/congress).

## BIO-INDUSTRIES

**TOKYO, JAPON** — du 17 au 19 mars 2004 — **Nano Tech**, exposition-conférence internationale sur la nanotechnologie, aura lieu en même temps que **Regenerative + Nano Medicine**. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Avrom Salsberg, tél. : (011-81-3) 5412-6350, courriel : tokyo.its@dfait-maeci.gc.ca, site Web : [www.ics-inc.co.jp/nanotech/index\\_e.html](http://www.ics-inc.co.jp/nanotech/index_e.html).

## PRODUITS DE CONSOMMATION

**STOCKHOLM, SUÈDE** — du 4 au 8 février 2004 — La foire commerciale **Stockholm Furniture and Lighting Fair** est la plus importante exposition de design en Europe du Nord. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Maria Stenberg, agente de développement des entreprises, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3000, téléc. : (011-46-8) 453-3016, courriel : maria.stenberg@dfait-maeci.gc.ca, site Web : [www.stockholmfurniturefair.com](http://www.stockholmfurniturefair.com).

## TIC

**DJEDDAH, ARABIE SAOUDITE** — du 14 au 18 mars 2004 — **COMDEX Saudi Arabia** est une exposition interentreprises sur les ordinateurs, Internet et la réseautique, qui met l'accent sur le commerce électronique. Le Canada y aura un pavillon. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Imad Arafat, agent de commerce, ambassade du Canada en Arabie saoudite, courriel : imad.arafat@dfait-maeci.gc.ca, site Web : [www.comdex-mideast.com](http://www.comdex-mideast.com).

## EXPLOITATION MINIÈRE

**TORONTO** — du 4 au 7 mars 2004 — Le **World Mines Ministries Forum** sera la troisième rencontre des porte-parole des ministères des Mines de partout dans le monde. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Leo Owsicki, ministère du Développement du Nord et des Mines de l'Ontario, tél. : (705) 670-5876, courriel : leo.owsicki@ndm.gov.on.ca.

**TORONTO** — du 7 au 10 mars 2004 — **Foire commerciale, rencontre d'investisseurs et congrès international de l'Association canadienne des prospecteurs et entrepreneurs**. Cette foire est la plus importante dans le monde sur l'exploration minière et l'industrie de l'aménagement. **Pour plus de renseignements**, consultez le site [www.pdac.ca](http://www.pdac.ca) ou écrivez à [info@pdac.ca](mailto:info@pdac.ca).

## PÉTROLE ET GAZ

**ABUJA, NIGÉRIA** — du 1<sup>er</sup> au 4 mars 2004 — **Africa Energy Week** réunira des ministres de l'Énergie, des dirigeants et des décideurs de sociétés ouvertes et fermées à vocation énergétique pour échanger sur l'avenir énergétique du continent africain. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Brennen Young, délégué commercial, Direction du commerce avec l'Afrique sub-saharienne, MAECI, tél. : (613) 944-6575, téléc. : (613) 944-7437, courriel : brennen.young@dfait-maeci.gc.ca, site Web : [www.africanenergy2004.com](http://www.africanenergy2004.com).

ements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des études de marché, ainsi que des services de référence. Les e au 1 800 267-8376, région d'Ottawa : (613) 944-4000; par d'un télécopieur au (613) 944-4500; ou, encore, en consultant le

SXC/B1

1E 1F

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

Postes Canada  
Numéro de convention 40064047