

DOCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 20
November
1, 2002
Copy 1

Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Canada

CanadaExpo

Vol. 20, n° 18
1^{er} novembre 2002

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

NOV - 8 2002

Return to Departmental Library
Retourner à la bibliothèque du Ministère



Les exportations aux États-Unis, ça roule!

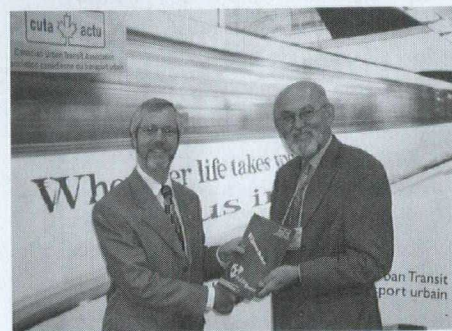
Le secteur des transports publics au Canada

Dans ce numéro

- 2 CCC : l'art de préparer des soumissions
- 3 Rencontre personnelle avec les délégués commerciaux
- 5 É.-U. : programme de financement par capital-risque
- 6 Irlande, République tchèque : débouchés environnementaux
- 7 Le marché de l'eau en bouteille en Chine
Japon : débouchés en biotechnologie
- 8 Foires et missions commerciales/Conférences
Calendrier des manifestations culturelles

Les fournisseurs canadiens dominent le marché des produits et des services reliés aux transports publics urbains en Amérique du Nord. Même sur le marché mondial, le Canada est un joueur de premier plan, et il possède une feuille de route qui inspire le respect partout en Europe, en Asie et en Australie. Même si des entreprises comme **Bombardier** et **Ballard** sont devenues des chefs de file mondiaux de l'industrie des transports en commun, des douzaines de fournisseurs plus modestes se bâtissent une réputation, autant pour eux-mêmes que pour le Canada.

voir page 4 — Transports



Le président et directeur général de l'ACTU, M. Michael Roschlaw (à gauche), accueille M. Hans Rat, secrétaire général de l'Union internationale des transports publics (UITP), au kiosque de l'ACTU lors de la dernière édition de l'International Public Transportation Expo (exposition internationale sur les transports publics) à Las Vegas.

Contrat de 94 millions de dollars US

Expansion de Nortel Networks/Netas en Turquie

L'industrie mondiale des télécommunications a peut-être ralenti, mais cela n'a pas empêché **Nortel Networks** d'étendre ses réseaux de communications sans fil. Nortel Networks/Netas, une filiale turque de Nortel Networks, fournira à Aycell, le tout nouvel exploitant turc de réseau de téléphonie mobile GSM 1800, des stations de base et les équipements connexes, des services de gestion de projet, de soutien

technique, de formation, de réparation et retour ainsi que d'autres services d'ingénierie et services à la clientèle, expansion dont on estime la valeur à 94 millions de dollars US.

Solidement implantée

Nortel/Netas a réussi à s'affirmer comme pionnière du transfert des technologies des télécommunications de pointe en Turquie.

voir page 5 — Nortel

Jouer toutes ses cartes

L'art des soumissions

Le parcours menant à un contrat à l'exportation passe, le plus souvent, par une demande de proposition, ce domaine difficile, parfois épineux, d'exigences complexes de la part de l'acheteur et de défis pour la concurrence. Il n'est pas toujours aisé d'y naviguer et de nombreuses entreprises se perdent en route. Alors, comment vous assurer que votre proposition est la meilleure possible? Voici la réponse des spécialistes des contrats de la **Corporation commerciale canadienne (CCC)**.

Chaque demande de proposition équivaut à un test : non seulement de votre capacité de fournir un produit ou un service, mais aussi de votre capacité d'interpréter ce

qu'un client demande vraiment — et de commercialiser tous les atouts que vous avez à offrir.

Affirmer les éléments de base

Il est vrai que de nombreuses demandes de proposition recherchent les mêmes types d'informations au sujet de votre entreprise, de ses produits, services et expérience. Et, à n'en pas douter, il est sensé de disposer de certaines réponses toutes prêtes — d'un contenu passe-partout, comme on dit.

Toutefois, il n'y a pas deux demandes de proposition qui soient exactement les mêmes. Revoquez l'ensemble de votre proposition pré-fabriquée pour vous assurer qu'elle correspond aux nuances de la demande de proposition à laquelle vous répondez. L'attention aux détails peut faire une grande différence.

Visez la commercialisation

Si les demandes de proposition décrivent les attentes d'un acheteur, certaines solutions ne sont pas vraiment à la hauteur. Si c'est le cas de la vôtre, ne désespérez pas. Ce qui importe, c'est d'expliquer les domaines où votre proposition diffère. Expliquez au client en quoi votre solution est à tous égards à la hauteur de ce qu'on demande — ou peut-être même meilleure.

Vendez-vous. Mais n'oubliez pas d'être honnête. Il peut arriver que certaines entreprises aillent trop loin et tentent d'obtenir un marché même si leur solution ne correspond pas à la demande. Il n'y a pas d'avantage à agir de la sorte : soit vous n'obtiendrez pas le marché, soit vous l'obtiendrez — et vous serez complètement dépassé.

Tenez-vous en aux spécifications

Il se peut que votre produit ou service comporte absolument toutes les caractéristiques, mais lorsqu'il s'agit de remporter un contrat, la quantité ne représente pas nécessairement un avantage. Examinez soigneusement les spécifications. Faites des recherches.

La CCC se souvient d'une entreprise qui a soumissionné un projet en Thaïlande et qui a constaté que son prix — qui semblait raisonnable compte tenu de ce qui était

Des solutions
canadiennes
pour nos
exportateurs



La **Corporation commerciale canadienne (CCC)** est l'organisme de négociation des contrats d'exportation du Canada. Elle se spécialise dans la vente aux gouvernements étrangers et offre un accès privilégié aux marchés de la défense et de l'aérospatiale des États-Unis.

Les exportateurs canadiens qui ont recours à la CCC ont de meilleures chances de remporter des marchés publics ou privés grâce à l'expertise de la CCC en matière de passation des marchés et de sa formule unique de garantie d'exécution des contrats offerte par le gouvernement du Canada.

La CCC assure des services de négociation des contrats d'exportation, et ses efforts permettent souvent aux exportateurs d'obtenir une exemption de cautionnement d'exécution, des garanties de paiement anticipé et des modalités contractuelles plus favorables. La CCC peut donner accès aux sources de financement à l'exportation avant l'expédition. Au besoin, la CCC fait office d'entrepreneur principal pour les arrangements intergouvernementaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la CCC, tél. : **(613) 996-0034**, numéro sans frais au Canada : **(1-800) 748-8191**, téléc. : **(613) 995-2121**, internet : **www.ccc.ca**

offert — était de 30 % trop élevé. L'entreprise a perdu la soumission. Par la suite, le fournisseur a envoyé quelqu'un en Thaïlande pour voir ce que le gagnant avait fourni : un ensemble vraiment de base, mais exactement le minimum de ce que la demande de proposition avait précisé.

La leçon? S'en tenir aux spécifications. Si vous voulez vraiment faire la promotion de votre solution plus complète, faites-la figurer comme option supplémentaire. L'acheteur a alors une occasion de voir comment vous répondez aux exigences de base du contrat et, aussi, dans quelle mesure vous pouvez fournir une valeur beaucoup plus grande.

Pour avoir accès aux services consultatifs de préparation d'une soumission ou d'une proposition de la CCC ou pour obtenir davantage d'informations sur la façon dont la CCC peut vous aider à mettre la puissance du Canada au service de vos ventes à l'exportation, cliquer sur le site **www.ccc.ca** ou communiquer avec la CCC au **1-800-748-8191**.

LE SERVICE DES
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX
DU CANADA

Cliquez... et tirez parti de nos services au

www.infoexport.gc.ca

Grâce à ses quelque 500 agents en poste dans 140 villes du monde, le Service des délégués commerciaux du Canada aide des milliers d'entreprises à percer sur les marchés étrangers. Voici le cinquième d'une série d'articles qui vous présenteront plus en détails les services de base que le Service des délégués commerciaux offre aux gens d'affaires canadiens.



Rencontre personnelle

Lors d'un voyage d'affaires dans votre marché cible à l'étranger, n'oubliez pas d'inscrire le Service des délégués commerciaux au programme de votre visite.

Les visites sur place sont de loin le meilleur moyen de développer un nouveau marché étranger. Et l'un de leurs principaux avantages est qu'elles vous donnent l'occasion de rencontrer en personne les délégués commerciaux qui travaillent pour vous dans le marché.

Une **Rencontre personnelle** avec des agents du Service des délégués commerciaux n'est pas simplement un excellent moyen d'obtenir des renseignements actuels, communiqués de manière confidentielle. C'est aussi une façon de nouer des liens solides et durables avec des spécialistes canadiens du commerce, qui ont pour mission de vous aider à réussir sur les marchés étrangers.

En quoi consiste une Rencontre personnelle?

Au moment convenu, vous vous présenterez à la mission, afin de discuter de vos plans de marketing lors d'une rencontre privée avec un délégué commercial. Ce dernier passera en revue avec vous les dernières tendances du marché sur les plans commercial et politique, vous donnera des conseils sur la façon de faire des affaires et vous

indiquera toute question pouvant poser problème.

Nous vous conseillons d'avoir cette rencontre le plus tôt possible après votre arrivée dans le pays et d'en prévoir une seconde à la fin de votre voyage — pour faire le point.

Que dois-je attendre d'une Rencontre personnelle?

Pendant une **Rencontre personnelle**, les délégués commerciaux communiquent à l'exportateur des renseignements commerciaux recueillis dans les régions visées, qui étoffent les recherches et les préparatifs qu'il a effectués au Canada. Nous partons du principe que vous avez fait ces préparatifs et que vous avez déjà une bonne connaissance générale du marché et du territoire. Nous vous suggérons de visiter le site Web du Service des délégués commerciaux du Canada (www.infoexport.gc.ca) et celui d'Équipe Canada inc (www.exportsource.ca). Vous devriez aussi visiter le site Web du pays cible et celui de l'ambassade du Canada (accessible par l'intermédiaire de www.infoexport.gc.ca).

Les délégués commerciaux ne divulguent aucun renseignement confidentiel sur d'autres entreprises canadiennes présentes sur le marché.

Quels renseignements dois-je fournir au délégué commercial?

Tout d'abord, le délégué commercial a besoin de temps pour se préparer en vue de votre **Rencontre personnelle**. Vous devez donc l'avertir de votre visite deux semaines à l'avance.

De plus, il doit avoir autant d'information que possible sur votre entreprise et sur vos projets. Lorsque vous demandez une **Rencontre personnelle**, soyez prêt à répondre de façon détaillée, sur une base strictement confidentielle, aux questions suivantes :

- Quand projetez-vous d'effectuer un voyage d'affaires dans le pays du marché cible?
- En quoi votre entreprise et votre produit ou votre service sont-ils uniques ou particuliers?
- Qui sont les utilisateurs de votre produit ou service? Qui sont vos clients au Canada et à l'étranger, et quelle est votre méthode de vente?
- Quels pays ou régions ciblez-vous et pourquoi? Que savez-vous déjà de ces marchés cibles?
- Prévoyez-vous exporter, conclure un accord de licence, négocier une coentreprise ou investir dans ce marché?
- Quel est le profil type de l'acheteur, du distributeur, de l'agent ou du partenaire que vous recherchez sur ce marché?
- Prévoyez-vous adapter la documentation sur vos produits ou services en fonction de ce marché?



Publié par la Direction du marketing, Service des délégués commerciaux (TCW)

www.infoexport.gc.ca/canadexport 3

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

CanadExport

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication à des fins commerciales nécessite l'autorisation de l'éditeur.

CanadExport en français des Affaires internationales services de

CanadExport d'affaires qui Pour vous abonner communiquez avec CanadExport au **(613) 992-7114**. Pour la version courriel, consulter l'adresse internet de CanadExport ci-dessus.

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

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

Transports publics — suite de la page 1

L'industrie de la fabrication d'autobus et de wagons au Canada est depuis longtemps l'un des moteurs économiques du pays, appuyée depuis toujours par l'industrie canadienne des transports publics, très efficace et productive. Au fil des ans, nombre de fournisseurs affiliés ont vu leur taille croître et ils se sont naturellement tournés vers le marché américain pour y réaliser une part croissante de leurs ventes.

Cela inclut les fournisseurs de composants, les concepteurs de logiciels, les consultants en ingénierie, en planification et en design, ainsi que les propres services d'éducation et de formation de l'**Association canadienne du transport urbain (ACTU)**. Ces divers secteurs ont fonctionné en synergie, s'aidant mutuellement à se constituer un vaste marché aux États-Unis.

Les constructeurs d'autobus dominant

« En l'absence d'exportations de premier plan, le Canada pourrait difficilement faire vivre un grand fabricant d'autobus urbains, encore mois trois », affirme le président de l'ACTU, M. Eric Gillespie, directeur général de la Commission de transport de St. Catharines.

Les trois grands constructeurs d'autobus urbains au Canada, soit **New Flyer Industries** au Manitoba, **NovaBUS Corporation** au Québec, et **Orion Bus Industries** en Ontario, emploient directement plus de 2 000 personnes, plus de 80 % de la production étant destinée au marché des États-Unis. Ils figurent parmi les premiers fournisseurs d'autobus urbains aux États-Unis et ensemble, ils représentent plus de la moitié des autobus produits par les six grands fabricants nord-américains.

« Le consulat général du Canada à Chicago et l'ambassade du Canada à Washington ont aidé nombre d'entreprises canadiennes de premier plan à accéder au marché durant de nombreuses années », a déclaré M^{me} Ann Rosen, agente de développement commercial au consulat général de Chicago.

Conception, formation et logiciels canadiens

La planification et la conception de systèmes publics de transport urbain sont

depuis longtemps le domaine des spécialistes canadiens, et une grande partie de ces systèmes sont exportés vers les États-Unis. Qu'on parle de conception de systèmes de transports rapides par autobus, d'exams des opérations et de la planification ou d'études de terminaux, il y a de fortes chances qu'une entreprise canadienne soit partie prenante.

C'est également vrai pour les services d'éducation et de formation dans le domaine des transports en commun. L'ACTU est le fournisseur de prédilection de services de formation pour l'industrie des transports publics nord-américaine. De plus, les logiciels canadiens jouent également un rôle plus discret et on les trouve dans les ordinateurs qui gèrent les commissions de transport des États-Unis.

Débouchés

M. Pat Amlinger, président de **Daytech Manufacturing Ltd.**, un fabricant d'abribus qui a des bureaux à Toronto et à New York, lit l'*Examen des exportations dans le secteur des transports*, un bulletin trimestriel rédigé par le consulat général du Canada à Chicago et distribué par Industrie Canada. « Le bulletin me fournit un survol des dernières nouvelles de l'industrie et les coordonnées de contacts

clés, déclare M. Amlinger. Les entrevues exclusives avec des gestionnaires de transports publics et des cadres d'approvisionnement nous fournissent non seulement de l'information sur les projets à venir, mais nous aident également à comprendre comment travailler avec une entreprise de transport public donnée.

« De plus, précise M. Amlinger, M^{me} Rosen nous aide en nous introduisant auprès des entreprises de sa région géographique, le Midwest des États-Unis. » Pour s'abonner à ce bulletin gratuit, communiquez avec M^{me} Rosen par courriel à l'adresse **ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca**

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. Dan Mrkich, délégué commercial, Direction de l'expansion des affaires aux États-Unis, MAECI, tél. : **(613) 995-0759**, courriel : **dan.mrkich@dfait-maeci.gc.ca** ou avec l'ACTU, tél. : **(416) 365-9800**, internet : **www.cutaactu.ca** *

(On trouvera la version intégrale de cet article à **www.infoexport.gc.ca/canadexport** puis cliquer sur la rubrique « Carrefour États-Unis ».)

Au calendrier

Pour renseignements à propos des :

- Missions commerciales aux États-Unis
- Colloques sur le marché américain consultez le Calendrier d'exportation É.-U. à **www.dfait-maeci.gc.ca/nebs/menu-fr.asp**

Programme de financement par capital-risque

Le Bureau commercial du consulat du Canada à San Francisco-Silicon Valley a mis sur pied un programme d'orientation pratique conçu spécialement pour les entreprises canadiennes spécialisées dans la technologie, qui souhaitent obtenir du financement auprès des pourvoyeurs de fonds de la Silicon Valley.

Les nouvelles entreprises canadiennes spécialisées dans la technologie qui veulent lancer leurs produits sur les marchés américain et mondial ont souvent besoin de fonds de capital-risque. À vrai dire, les questions de développement d'entreprise,

de stratégie d'entrée sur le marché américain et de financement sont devenues indissociables.

Le programme de financement par capital-risque du consulat du Canada comporte un certain nombre d'éléments conçus pour aider les entreprises canadiennes en technologie à obtenir du financement auprès de sources dans la Silicon Valley. On peut regrouper ces éléments en trois domaines :

- **Information sur le marché** : Présentation des rouages du financement des entreprises dans la Silicon Valley.

voir page 5 — Programme

Nortel Networks en Turquie

— suite de la page 1

Le plus important investissement canadien en Turquie, Nortel/Netas possède le groupe le plus élaboré de recherche et de développement privé en Turquie. L'entreprise a joué un rôle de premier plan en matière de modernisation et de numérisation de l'infrastructure des télécommunications turques depuis 35 ans, en fournissant environ 12,5 millions de lignes d'équipement de commutation, ainsi que des systèmes de transmission de données à Turk Telekom.

Netas fournit également des solutions de communications universelles à ses clients de la Turquie et d'autres pays d'Europe, du Moyen-Orient, de la CEI, de l'Extrême-Orient et de l'Afrique pour la conception, l'exploitation et la commercialisation de services de réseaux appuyés par une aide technique en ligne continue.

Partenariat stratégique

Aycell met à profit l'expérience et la feuille de route de Nortel/Netas. « Nous espérons beaucoup de notre coopération avec Nortel/Netas », déclare M. Fahrettin Aydin, directeur général d'Aycell.

« L'expertise de Nortel/Netas en matière de technologie GSM, de solutions de réseau et de facilitateurs de service aidera Aycell à accomplir ses objectifs rapidement et avec assurance. Nous avons pour objectif 500 000 abonnés d'ici fin 2002, déclare M. Aydin. Nous obtiendrons ce résultat en fournissant des services à valeur ajoutée fiables et de haute qualité. »

Pour Nortel/Netas, Aycell représente une occasion à ne pas manquer. « Nous sommes ravis de collaborer avec Aycell et nous nous efforçons en priorité de faire profiter l'entreprise de notre expérience des réseaux de communications sans fil, en lui offrant une solution dont le coût et le rendement sont optimisés dès le départ, »



M. Darryl Edwards (à gauche), président de Nortel Networks (région centrale), et M. Sait Gözüm (à droite), président de Nortel Networks/Netas, à l'occasion du 35^e anniversaire du partenariat entre Nortel Networks et Netas.

affirme M. Sait Gözüm, président de Nortel/Netas. « Nous avons réussi à obtenir des contrats autant avec des joueurs établis qu'avec de nouveaux venus sur le marché de l'Europe toute entière, et nous sommes reconnus comme fournisseur de choix par un certain nombre de joueurs de premier plan sur les marchés européen et mondial. »

Programme de financement par capital-risque — suite de la page 4

- **Conseils et préparation** : Préparation de l'entreprise cliente avant d'aborder un investisseur de la Silicon Valley (p. ex. plan d'affaires et auto-promotion auprès du pourvoyeur de fonds)
- **Services de partenariat** : Mise en contact avec de bons intermédiaires et investisseurs qui travaillent dans le marché ciblé par l'entreprise cliente.

Pour plus de renseignements sur le programme, y compris le processus de présentation d'une demande, communiquer avec le Bureau commercial du consulat du Canada à San Francisco-Silicon Valley, tél. : **(415) 834-3180**, internet : **www.cdnttrade.com/vc** ou avec un des membres de l'équipe préposée au financement à risque (voir les coordonnées dans la section « Contactez-nous » du site internet). *

Service des délégués commerciaux

Nortel/Netas attribue la réussite de sa collaboration avec Aycell au soutien du Service des délégués commerciaux de l'ambassade du Canada à Ankara. M. Gözüm souligne que « l'ex-ambassadeur, M. Duval, et la section commerciale de l'ambassade, nous ont offert un soutien précieux et constant dans les efforts que nous avons déployés pour exploiter cette occasion d'affaires très importante. La contribution de l'ambassade du Canada aux échanges d'information avec les décideurs a joué un rôle déterminant dans notre réussite. Même si nous nous efforçons toujours d'offrir les solutions les plus efficaces à nos clients, sur ces marchés compétitifs, l'offre elle-même ne suffit pas toujours à justifier sa valeur ajoutée.

« De plus, ajoute M. Gözüm, Exportation et développement Canada (EDC) a effectué une contribution valable à la réalisation de ce projet. Même si notre client a choisi en fin de compte de financer le projet au moyen de ses propres ressources, sans le soutien diligent d'EDC durant les négociations, nous n'aurions pas été en mesure de nous rendre jusqu'aux étapes finales. »

Débouchés futurs

Nortel Networks, qui détient 53,13 % de Netas, considère la Turquie comme un pays important d'un point de vue stratégique. Nortel/Netas s'affaire beaucoup sur des marchés comme la Russie, le Kazakhstan, l'Azerbaïdjan, et récemment, le Bangladesh, où elle a obtenu un contrat de numérisation du réseau téléphonique local. Nortel/Netas estime que le contrat avec Aycell améliorera sa compétitivité sur ces marchés et d'autres marchés de communications sans fil à l'échelle mondiale.

La Turquie devient donc un centre de premier plan pour les communications intercontinentales. M. Darryl Edwards, président de Nortel Networks, région du centre, résume la situation : « Le contrat avec Aycell est un pas important pour Nortel Networks en Turquie. Ce marché offre d'excellents débouchés. »

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. Can Ozcug, agent commercial, ambassade du Canada en Turquie, tél. : **(011-90) 312-459-9353**, téléc. : **(011-90) 312-459-9365**, courriel : **can.ozcug@dfait-maeci.gc.ca** *

Les marchés environnementaux L'Irlande vous attend

L'Irlande génère chaque année environ 12 millions de tonnes de déchets solides. On estime que 90 % de ces déchets s'accumulent dans des décharges. Vu la croissance de l'économie et de la population de l'Irlande, la pression sur les décharges s'est alourdie dans la même mesure. Selon certaines informations, bon nombre des 76 décharges en place avoisinent la capacité maximale. Il est prévu que près de la moitié de ces emplacements seront fermés d'ici la fin de 2003.

Le gouvernement irlandais a commencé à s'attaquer à cette question en faisant de la gestion des déchets solides et du recyclage des secteurs prioritaires. C'est pourquoi le Plan national de développement du gouvernement irlandais pour 2000-2006 prévoit un investissement d'environ 1,75 milliard de dollars dans l'infrastructure de gestion des déchets et dans des initiatives connexes. La nécessité de se conformer à la législation environnementale de l'Union européenne amplifie l'importance de s'attaquer à ces questions environnementales.

Puisqu'on a traditionnellement recouru aux décharges, le marché des technologies visant les déchets est assez nouveau et sous-développé. Un grand nombre des entreprises locales ne possèdent qu'une expérience et des capacités limitées dans les technologies novatrices.

Des problèmes similaires ont surgi aussi en ce qui concerne l'infrastructure des eaux et des eaux usées de l'Irlande. La croissance de la population et le redressement économique ont accru les besoins relatifs aux eaux et aux eaux usées; cela apparaît clairement dans la demande sans précédent de logements. On prédit que 160 000 nouvelles maisons seront construites au cours de la prochaine décennie.

Débouchés

Ces facteurs font ressortir diverses possibilités de travailler en partenariat avec des entreprises irlandaises pour s'attaquer à ces questions, l'Irlande étant à la recherche de technologies de gestion de l'environnement. Bien que le marché soit compétitif, l'Irlande

reconnaît qu'il existe un bassin de compétences canadiennes établies dans ce domaine. Il existe aussi un intérêt net envers les contrats de conception-construction-exploitation (CCE). Les marchés irlandais souhaitent une impartition du développement des infrastructures qui se poursuivra

EUROPE

de manière à comprendre le fonctionnement et l'entretien. De nombreux projets relatifs à l'environnement émanent du secteur public et sont donc offerts au moyen d'appels d'offres. Les principaux appels d'offres sont rendus publics par le

Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) du MAECI à l'adresse www.iboc.gc.ca

Du 26 au 27 mars 2003, deux expositions présentant un intérêt sur le plan environnemental se tiendront conjointement à Dublin, en Irlande. L'**Irish Water, Waste and Environment Exhibition**, ainsi que l'**Irish Recycling and Waste Management Exhibition**. Pour de plus amples informations sur ces manifestations, cliquer sur le site www.environment-ireland.com

Les liens suivants offrent aussi diverses informations sur l'environnement de l'Irlande : ENFO (www.enfo.ie); Ministère irlandais de l'Environnement et des administrations locales (www.environ.ie); l'Environmental Protection Agency (www.epa.ie). *

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « L'Avantage Europe ».)

Débouchés environnementaux République tchèque

Suite aux graves inondations qui ont affecté la République tchèque en août dernier, la situation environnementale a périçlité, et a amené les instances gouvernementales tchèques à s'attaquer avec encore plus de détermination et de célérité aux différents problèmes de protection de l'environnement.

La situation

Le désastre causé par les inondations ramène la situation environnementale de la République tchèque douze ans en arrière. Ce pays, qui aspire à devenir membre de l'Union Européenne (UE) d'ici peu, se doit donc d'avoir des structures environnementales qui reflètent les normes et les politiques de l'UE. Pour ce faire, il reste encore beaucoup de travail à accomplir dans tous les secteurs de l'environnement, particulièrement en ce qui concerne le traitement des eaux usées.

À travers le pays, c'est une soixantaine d'usines de traitement des eaux usées qui ont été affectées. Elles devront donc être nettoyées, des vérifications, analyses et réparations des systèmes et équipements devront être effectuées. Dans la phase ultime, il faudra faire subir une modernisation complète à leurs équipements et à leurs systèmes. On prévoit également la

construction d'une autre usine de traitement des eaux usées.

Parmi les problèmes environnementaux qu'éprouve actuellement la République tchèque, celui des systèmes d'égouts fait partie des priorités du gouvernement. En effet, l'ensemble des systèmes d'égouts de Prague, de même qu'à travers le pays, a été fortement endommagé par la crue des eaux, surtout suite aux dégâts causés à la plupart des usines de traitement des eaux le long de la rivière Vltava. L'ensemble des systèmes doit donc être reconstruit et modernisé.

Les entreprises canadiennes sont donc invitées à saisir les occasions d'affaires qui se présentent actuellement en République tchèque, en y apportant leur expertise en gestion du traitement des eaux usées.

Pour plus de renseignements, joindre l'ambassade du Canada à Prague, tél. : (011-420) 27210-1800, internet : www.canada.cz *

Le marché de l'eau en bouteille en Chine

On estime que seulement 13,8 % de l'eau qui est bue en Chine est potable. Donc, ce manque a créé une demande considérable pour l'eau en bouteille.

La Chine est le plus grand marché de l'Asie pour l'eau en bouteille et se classe parmi les dix premiers marchés du monde. Les ventes d'eau en bouteille y ont progressé parallèlement à l'augmentation des revenus et à une sensibilisation accrue aux questions relatives à la santé.

Débouchés

La consommation d'eau en bouteille en Chine devrait passer de 6,4 milliards de litres en 2001 à 8,5 milliards de litres en 2002.

On s'attend à ce que la croissance du marché se poursuive au cours des prochaines années, les taux de consommation atteignant 14 milliards de litres à l'horizon 2005.

Par le passé, le Canada n'était pas un fournisseur régulier d'eau en bouteille en Chine, les exportations canadiennes entre janvier et octobre 2001 s'étant chiffrées à



environ 32 000 \$. Toutefois, compte tenu de la pénurie d'eau potable, des débouchés peuvent exister pour un exportateur canadien spécialisé. Une stratégie bien étudiée de commercialisation et d'approvisionnement est susceptible de donner des résultats sur le marché chinois. Le groupe français Danone y est le plus grand exportateur d'eau en bouteille et, par conséquent, représente la principale concurrence pour les exportateurs canadiens.

Pour plus de renseignements, communiquer avec l'ambassade du Canada à Beijing, tél. : (011-86-10) 6532-3536, téléc. : (011-86-10) 6532-4072, courriel : beijing-td@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.org.cn

Pour le rapport de marché complet, voir www.infoexport.gc.ca *

Des centres de débouchés

La région de Kansai : la « ceinture de biotechnologie » du Japon

Grâce à l'afflux massif de capitaux, le renouvellement des infrastructures et un marché intérieur en pleine explosion, la ceinture de biotechnologie du Japon constitue pour les entreprises canadiennes un défi passionnant et dont le potentiel de rentabilité est très prometteur.

La région de Kansai au Japon inclut des villes aussi réputées à l'échelle internationale que Kyoto, Osaka, Kobe et Nara. Aujourd'hui, ces villes, traditionnellement considérées comme des centres d'activités économiques et culturelles, constituent un réseau d'innovation en matière de biotechnologie à l'échelle du Japon tout entier.

Débouchés

Sur les 15 premières entreprises pharmaceutiques japonaises, 8 sont basées dans la région de Kansai. Ces entreprises ont toujours effectué l'intégralité du processus, depuis la recherche jusqu'à la fabrication et la commercialisation des produits phar-

maceutiques, l'une des caractéristiques des entreprises basées dans la région de Kansai.

Toutefois, les stratégies de R-D ont connu des changements notables. Il n'est plus possible pour les entreprises de réunir tout le savoir-faire technique nécessaire pour effectuer individuellement des recherches internes. Aussi, le développement des entreprises a été axé sur l'utilisation de recherches conjointes et de partenariats avec des associés autant japonais qu'étrangers, de manière à optimiser les résultats de la R-D.

Investissement majeur

Réagissant aux profonds changements qui touchent les industries des sciences de la vie, le gouvernement japonais a accordé 1,6 milliard de dollars à un « projet sur le vieillissement » qui inclut une analyse du génome humain et la médecine régénératrice. En tant que premier centre d'excellence du Japon pour l'industrie des biosciences et des produits médicaux et pharmaceutiques, la région de Kansai a reçu une

forte proportion de cet investissement, ce qui permet à chacune des villes de la ceinture de biotechnologie de croître tant en taille qu'en capacité.

Croissance sans précédent

La ceinture de biotechnologie tire profit de la vigueur du marché intérieur japonais; durant la décennie de 1990 à 2000, les ventes de produits de biotechnologie ont été multipliées par quatre, passant de 4 milliards à 16 milliards de dollars. Cela représente 23 % des ventes mondiales de biotechnologie, le Japon se classant au second rang, tout de suite derrière les États-Unis.

Le gouvernement japonais prévoit que le taux de croissance sera explosif, la taille du marché atteignant une valeur de 333 milliards de dollars d'ici 2010. Cette demande intérieure est complétée par le marché international, les ventes pharmaceutiques à elles seules ayant affiché un taux de croissance annuel de 10 % au cours des dernières années.

Pour tout renseignement, communiquer avec M. Jean-Pierre Petit, délégué voir page 8 — Kansai

Calendrier culturel

MULTIMÉDIA

LONDRES (R.-U.) — 8-11 janvier 2003 — **BETT**, le salon de la technologie de l'éducation (www.education-net.co.uk)

MONACO — 3-6 février 2003 — **IMAGINA**, le festival international des images numériques (www.imagina.mc/)

CANNES — 4-6 février 2003 — **MILIA**, le marché mondial du contenu interactif (www.milia.com)

LOS ANGELES — 13-15 mai 2003 — **E3**, jeux interactifs (www.e3expo.com)

ENREGISTREMENT SONORE

HALIFAX — 13-16 février 2003 — **East Coast Music Awards** (www.ecma.com)

TORONTO — 26 février-1^{er} mars 2003 — **Semaine canadienne de la musique** (www.cmw.net)

VANCOUVER — mai 2003 — **New Music West** (www.newmusicwest.com)

TORONTO — juin 2003 — **North by Northeast Music Festival and Conference** (festival et conférence de musique) (www.nxne.com/index2.html)

ARTS VISUELS

MIAMI — 5-8 décembre 2002 — **Art Basel Miami Beach** (www.artbasel.com/miami_beach/)

SAN FRANCISCO — 17-20 janvier 2003 — **San Francisco International Art Exposition** (exposition internationale d'art) (www.sfiac.com/)

NEW YORK — 7-10 mars 2003 — **Armory Show** (www.thearmoryshow.com)

TORONTO — 1^{er}-31 mai 2003 — **Contact Photography** (www.contactphoto.com)

CHICAGO — 9-12 mai 2003 — **Art Chicago** (www.artchicago.com)

ARTS DE LA SCÈNE

CALGARY — janvier 2003 — **High Performance Rodeo**, festival de théâtre (www.oyr.org)

MONTRÉAL — 21 mai-7 juin 2003 — **Festival de théâtre des Amériques** (www.fta.qc.ca)

VANCOUVER — 26 mai-1^{er} juin 2003 — **Vancouver International Children's Festival** (www.vancouverchildrens-festival.com)

BURNABY (C.-B.) — 2-5 avril 2003 — **Pacific Contact 2003** (www.bctouring.org)

ÉDINBURGH — 10-30 août 2003 — **Edinburgh Festival** (www.eif.co.uk)

NEW YORK — 11-14 janvier 2003 — **Association of Performing Arts Presenters** (www.artspresenters.org) *

Kansai — suite de la page 7

commercial, Direction du Japon, MAECI, tél. : (613) 996-2467, courriel : jean-pierre.petit@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Tara Scheurwater, consulate et déléguée commerciale, consulat général du Canada à Osaka, tél. : (011-81-6) 6212-4910, téléc. : (011-81-6) 6212-4914, courriel : tara.scheurwater@dfait-maeci.gc.ca *

(On trouvera la version intégrale de cet article à www.infoexport.gc.ca/canadexport puis cliquer sur la rubrique « Cap sur le Japon ».)

Ateliers foires

Trade Shows and Beyond (Les foires commerciales et leurs retombées) est une conférence d'une journée sur les façons de faire preuve d'excellence en exposant.

Calendrier des ateliers **Trade Shows and Beyond** :

TORONTO — 20 novembre 2002

CALGARY — 12 décembre 2002

VANCOUVER — 13 février 2003

TORONTO — 27 février 2003

MONTRÉAL — 6 mars 2003

FREDERICTON — 28 avril 2003

MISSISSAUGA — 17 juin 2003

Pour des précisions, composer le 1-800-358-6079, courriel : info@siskindtraining.com internet : www.siskindtraining.com *

MEOS 2003

BAHREÏN — 22-25 mars 2003 — L'am bassade du Canada en Arabie saoudite (responsable de Bahreïn) projette de participer à la 13^e exposition-conférence pétrolière du Moyen-Orient (MEOS 2003).

Pour plus de renseignements ou pour exposer au pavillon du Canada, joindre M^{me} Anne Heath, Unilink, tél. : (613) 549-0404, téléc. : (613) 549-2528, courriel : ah@unilinkfairs.com

Pour présenter des catalogues au stand de l'ambassade, communiquer avec M. Imad Arafat, agent commercial, ambassade du Canada à Riyad, tél. : (011-966-1) 488-2288 (poste 3360), téléc. : (011-966-1) 488-0137, courriel : imad.arafat@dfait-maeci.gc.ca ou cliquer sur : www.aeminfo.com.bh/meos2003/index.htm *

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

SXC1/B1

1E 1F

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

Postes Canada
Numéro de convention 40064047