

## Les autochtones sur le « sentier des affaires »!

### Dans ce numéro

- 2 La Chine supprime les préférences relatives à la taxe à la valeur ajoutée  
Le Salon de l'habitation s'érige au Japon
- 3 Le délégué commercial virtuel
- 4 Mission vestimentaire réussie à Chicago  
Un atelier d'enseignement virtuel branche les Canadiens
- 5 CCC : Prix ontariens d'excellence en commerce intrnational
- 7 Nouvelles commerciales
- 8 Foires et missions commerciales

Une douzaine d'entreprises autochtones environ ont participé à la **Journée de sensibilisation à l'approvisionnement auprès des entreprises autochtones**, tenue en mai au MAECI, à Ottawa. Parmi celles-ci, mentionnons **Sixdion Inc.**, société de gestion de l'information d'Ottawa représentée par M<sup>me</sup> Natalie Holmes (ci-contre). Pour en savoir davantage sur les fournisseurs autochtones de produits et de services, cliquer sur [www.ainc-inac.gc.ca/saea-psab/index\\_f.html](http://www.ainc-inac.gc.ca/saea-psab/index_f.html).

Comme on peut le constater en parcourant le *Répertoire des exportateurs autochtones*, produit par le MAECI, beaucoup d'entreprises autochtones sont exportatrices. Ce répertoire énumère les entreprises autochtones, de petite et de moyenne tailles, qui sont prêtes à exporter ou qui se sont déjà lancées dans l'exportation.

Pour obtenir un exemplaire du *Répertoire*, communiquer avec les services de renseignement du MAECI, tél. : **1-800-267-8376** (dans la région d'Ottawa, **944-4000**), courriel : [enqserv@dfait-maeci.gc.ca](mailto:enqserv@dfait-maeci.gc.ca). Pour télécharger la version électronique du *Répertoire*, cliquer sur [www.dfait-maeci.gc.ca/foreign\\_policy/aboriginal/business/business-fr.asp](http://www.dfait-maeci.gc.ca/foreign_policy/aboriginal/business/business-fr.asp).



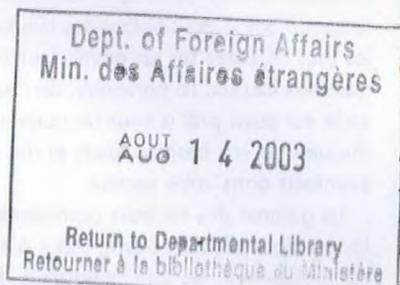
Ça mord à l'hameçon, mais...

## Pour bien réussir en Europe : cibler le marché

Le 11<sup>e</sup> salon international **European Seafood Exposition (ESE)**, qui a eu lieu du 6 au 8 mai 2003, à Bruxelles, en Belgique, a été un franc succès pour les 25 entreprises canadiennes présentes au pavillon du Canada.

Organisé par une équipe composée de représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et des provinces de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, de la

voir page 6 — Pour réussir



## Uniformisation des règles du jeu en Chine

# Bonne nouvelle pour l'industrie canadienne des pâtes et papiers

**E**n réponse aux pressions exercées par un certain nombre de pays, dont le Canada, la Chine a officiellement supprimé les préférences relatives à la taxe à la valeur ajoutée (TVA) sur le commerce transfrontière et aux tarifs applicables à certaines marchandises, dont la pâte et le papier journal, mesures entrées en vigueur le 1<sup>er</sup> juin 2003.

Les règles de l'Organisation mondiale du commerce permettent à un gouvernement de prendre des mesures pour faciliter le commerce « à la frontière ». Cependant,

comme la Chine avait invoqué ces règles pour justifier l'octroi de droits de douane et de taxes préférentiels applicables à certaines marchandises provenant de la Russie, certains pays se sont plaints que l'interprétation de ces règles par la Chine était déraisonnablement large.

Ces nouvelles signifient que les producteurs russes de pâte n'échapperont plus à la TVA de 17 % que doivent payer tous les autres exportateurs, dont ceux du Canada, exonération qui procurait aux exportations russes de pâte un avantage concurrentiel injuste.

Il s'agit d'un important retournement pour les exportateurs canadiens de pâte. La Chine est devenue le plus gros importateur de pâte au monde. Selon les autorités douanières chinoises, les importations de pâte de la

Chine ont atteint une valeur de près de 3 milliards de dollars US en 2002, montant qui affiche une forte croissance en 2003. En 2002, les exportations canadiennes ont totalisé près de 500 millions de dollars US, tandis que celles de la Russie se sont chiffrées à plus de 350 millions de dollars US, montant qui a plus que triplé depuis 1998.

L'ambassade du Canada à Beijing a bon espoir que ce changement de la politique du gouvernement de la Chine créera de nouveaux débouchés pour les exportateurs canadiens de pâte. La section commerciale de l'ambassade sera heureuse de répondre à toute question ou demande de renseignements des exportateurs.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Pierre Pyun, délégué commercial, ambassade du Canada à Beijing, tél. : (011-86-10) 6532-3536, courriel : pierre.pyun@dfait-maeci.gc.ca ou avec la Direction de la Chine et de la Mongolie du MAECI, tél. : (613) 996-0905, courriel : pcm@dfait-maeci.gc.ca.

Rédactrice en chef : vacant  
Rédacteur délégué : **Louis Kovacs**  
Rédacteur : **Michael Mancini**  
Mise en page : **Yen Le**  
Tirage : **55 000**  
Téléphone : (613) 992-7114  
Télécopieur : (613) 992-5791  
Courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca  
Site internet : www.dfait-maeci.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 en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CanadExport.

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

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

# Le Salon de l'habitation s'érige au Japon

**T**OKYO, JAPON — 11-14 novembre 2003 — Le **Japan Home Show** (Salon de l'habitation) est l'exposition de ce genre la plus importante qui soit organisée au Japon. Elle rassemble des exposants japonais et étrangers représentant une gamme très diversifiée de secteurs appartenant à l'industrie du logement et de la construction. En 2002, ce salon a attiré plus de 100 000 visiteurs et 524 exposants, dont 105 entreprises étrangères, y compris 35 venues du Canada, et les autres des États-Unis, d'autres pays de l'Asie, de l'Europe et de l'Amérique du Sud.

Le Salon est une excellente occasion pour les entreprises canadiennes de faire connaître leur savoir-faire au Japon. C'est également l'endroit idéal pour entrer en relation avec des décideurs de premier plan et des représentants du secteur japonais du logement, ainsi qu'avec des

acheteurs autorisés de Chine, de Corée et d'autres pays de l'Asie.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Ressources naturelles Canada et la Société canadienne d'hypothèques et de logement encouragent les entreprises canadiennes à participer au Salon. Les exposants canadiens qui souhaitent établir des contacts dans les secteurs de l'industrie japonaise qui les intéressent sont invités à communiquer avec l'ambassade du Canada à Tokyo avant la tenue du Salon pour obtenir les informations les plus récentes sur les entreprises et les marchés locaux. Le personnel de l'ambassade est aussi prêt à vous rencontrer pour discuter de vos besoins futurs et des clients éventuels dans votre secteur.

La gamme des secteurs représentés au Japan Home Show couvre, entre autres : l'ameublement, les soins médicaux, le

voir page 7 — Le Salon

DÉLÉGUÉ  
COMMERCIAL  
VIRTUEL  
INFORMATION ET SERVICES  
PERSONNALISÉS

## Entreprises espagnoles à la recherche de partenaires internationaux dans le secteur automobile

Vous n'étiez pas au courant?

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de possibilités en vous offrant des renseignements utiles. Allez-y!

CONTACTS

INFORMATION

SERVICE

**Inscrivez-vous dès maintenant** au [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca) et découvrez ce que des milliers d'entreprises canadiennes ont déjà trouvé!

The screenshot shows a web interface for the 'Virtual Commercial Delegate' service. It features a navigation menu with country options (Malaysia, China, Indonesia, Cambodia, Singapore, Philippines, Japan, Bangladesh, Taiwan). The main content area displays search results for 'Espagne' (Spain), including contact information for 'Brad Jones' and 'Amanda Forsyth', both agents of commerce. A sidebar on the left lists various services like 'RECHERCHE', 'DOCUMENTS LES PLUS EN DEMANDE', 'MON PROFIL', and 'MON PORTE-DOCUMENTS'. The bottom of the page includes a section for 'S'inscrire à des événements' (Sign up for events) with links to 'Activités au Canada' and 'Activités en Espagne'.

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

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!

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

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

LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

C'est fait sur mesure

## Mission vestimentaire réussie à Chicago

**F**in mars 2003, le consulat général du Canada à Chicago a accueilli la Sixième mission commerciale annuelle des localisateurs de représentants du secteur du vêtement au StyleMax de Chicago, où étaient exposés plus de 4 000 articles de vêtements et accessoires vestimentaires pour femmes et enfants, pour l'automne prochain. La mission commerciale de cette année comprenait 22 participants canadiens représentant 12 entreprises canadiennes du secteur de l'habillement.

Cette mission a été une réussite exceptionnelle pour toutes les entreprises canadiennes participantes — la plupart ayant trouvé au moins un représentant ou une boutique pour vendre leurs produits dans le Midwest américain. Le consulat général du Canada à Chicago estime que le montant des ventes futures générées par la mission commerciale atteindra environ 500 000 \$US.

### Occasions à venir

Chicago organise cinq marchés de l'habillement féminin par an, dont le StyleMax (deux fois par an) et le Salon de la mode

de Chicago (trois fois par an). Ces activités ont la particularité d'être des « salons de représentants » où acheteurs et distributeurs de grandes lignes de vêtements ou de grands fabricants exposent leurs lignes de produits. Vu l'originalité de cette manifestation commerciale, cela offre une occasion exceptionnelle pour les fabricants canadiens de trouver un bon partenaire pour la distribution de leurs lignes de produits sur les marchés américains.

Le prochain salon commercial StyleMax du vêtement et des accessoires vestimentaires pour femmes et enfants se déroulera à Chicago du **18 au 21 octobre 2003**.

**Pour plus de renseignements**, s'adresser à M<sup>me</sup> Ann F. Rosen, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Chicago, tél. : **(312) 327-3624**, téléc. : **(312) 616-1878**, courriel : **ann.rosen@dfait-maeci.gc.ca**. ✪

Forger des partenariats

## Un atelier d'enseignement virtuel branche les Canadiens

En mars 2003, un groupe de 18 professionnels canadiens novateurs, appartenant au secteur de l'apprentissage virtuel, ont représenté leurs entreprises à un atelier sur les partenariats stratégiques, organisé par la section commerciale du consulat général du Canada à San Francisco/Silicon Valley.

Les participants cherchaient à établir des partenariats commerciaux stratégiques avec des dirigeants de firmes spécialisées dans la technologie de pointe ou de grandes entreprises installées dans la région de la baie de San Francisco et de la toute proche Silicon Valley.

Le programme de trois jours comprenait une journée d'ateliers sur le développement stratégique, qui couvraient les détails visant la création de partenariats dans la Silicon Valley. Les participants ont eu l'occasion de rencontrer des analystes et les principaux leaders du secteur de l'apprentissage virtuel de la région de la baie de San Francisco —

l'un des foyers de développement et d'innovation du secteur. Des réunions avec des experts de SUN Microsystems, PeopleSoft, Oracle et Macromedia se sont déroulées aux sièges de ces entreprises.

Ces sociétés ont pris conscience des énormes débouchés que recèle l'apprentissage virtuel et ont, en conséquence, élaboré des stratégies de croissance agressives pour ce secteur. La stratégie de SUN Microsystems comprend l'acquisition de **Isopia**, une entreprise de logiciels de gestion pédagogique de Toronto. Plusieurs réunions ont porté sur les programmes de partenariats et de stratégies d'entreprises en matière d'apprentissage virtuel.

Le programme s'est terminé par une séance de maillage avec le E-Learning Forum, la principale association de professionnels de l'apprentissage virtuel de la région de la baie de San Francisco. À travers cette tribune, le groupe de Canadiens a pu se prévaloir de la possibilité de réseauter avec 60 homologues de la Silicon Valley.

Les participants virtuels étaient branchés aux ateliers au moyen d'un logiciel de collaboration internet conçu par **Illuminate**, une entreprise canadienne établie à Calgary, Alberta. On a dénombré, au total, 71 séances d'utilisateurs virtuels. La réaction des participants a jusqu'ici été extrêmement favorable, et ils ont notamment souligné que l'événement avait répondu à leur besoin d'informations commerciales actualisées, leur avait permis de nouer des contacts commerciaux clés et leur avait ouvert des perspectives de maillage intéressantes. Plusieurs participants travaillent à établir des partenariats ciblés avec des intervenants clés de la région de la baie de San Francisco.

**Pour plus de renseignements**, s'adresser à la section commerciale du consulat du Canada à San Francisco/Silicon Valley, tél. : **(415) 834-3180**, poste 3352, courriel : **sfran@dfait-maeci.gc.ca**. ✪

### Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements à propos des missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consulter le Calendrier d'exportation É.-U. à **www.dfait-maeci.gc.ca/nebs/menu-fr.asp**

La CCC récompense l'innovation

## Les exportateurs à l'honneur

**À** l'échelle mondiale, les marchés publics représentent une valeur de plus de 5 billions de dollars US par année. Des entreprises canadiennes se sont taillé une part de ce marché lucratif en veillant à la qualité et à l'innovation que recherchent les acheteurs étrangers. Depuis cinq ans, les **Prix ontariens d'excellence en commerce international** viennent récompenser le succès des meilleures petites et moyennes entreprises (PME) ontariennes sur les marchés étrangers.

Ces prix, remis par **Ontario Exports Inc.**, principal organisme de promotion des exportations de la province, montrent l'importance accordée par le gouvernement de l'Ontario et ses partenaires — dont la CCC (Corporation commerciale canadienne) — à la promotion et à la vigueur de l'exportation.

Depuis nombre d'années, la CCC parraine le Prix de l'innovation, décerné en reconnaissance de l'excellence dans l'application de la technologie en vue de la mise au point de nouveaux produits et services ou de l'amélioration de produits ou de services existants qui concourent à la croissance constante des exportations et à la création d'emploi.

« L'innovation est indispensable à l'accroissement de la gamme des exportations canadiennes et à la prospérité future du Canada et des Canadiens », a affirmé M. Doug Patriquin, président de la CCC. « Depuis plus de 50 ans, la CCC joue le rôle d'intermédiaire dans le commerce international, concourant au succès des produits et des services d'innovateurs canadiens sur les marchés mondiaux.

En 2002-2003, les entreprises ontariennes représentaient 40 % des 215 fournisseurs canadiens ayant fait appel à la CCC, qui ont obtenu des contrats. Les contrats attribués à ces fournisseurs, d'une valeur de près de 500 millions de dollars, sont d'une grande importance vu que plus de la moitié de l'activité économique de l'Ontario est axée sur l'exportation.

Voici les lauréats des Prix ontariens d'excellence en commerce international, en 2002 :

- **INNOVATION**  
**EMS Technologies Canada Ltd.**, Ottawa  
**Optech Incorporated**, Toronto
- **EXPANSION DU MARCHÉ - SERVICES**  
**Wardrop Engineering Inc.**, Thunder Bay
- **EXPANSION DU MARCHÉ - PRODUITS**  
**DECODE Entertainment Inc.**, Toronto
- **PARTENARIAT**  
**Iroquois Water Ltd.**, Cornwall Island  
**Cott Beverages Canada**, Mississauga
- **RÉALISATIONS ÉTUDIANTES**  
**Wang (Linus) Xianglin**, Université d'Ottawa, Ottawa
- **INITIATIVE**  
**Richard Sterne**, président, DATASYM INC., Brantford

Les juges ont examiné quelque 200 candidatures en Ontario et sélectionné les lauréats qui ont reçu leur prix lors de quatre cérémonies régionales ayant eu lieu plus tôt cette année à Ottawa, à Hamilton, à London et à Sudbury. Les lauréats régionaux sont ensuite devenus candidats au prix provincial dans leurs catégories respectives. Parallèlement aux cérémonies qui se sont déroulées dans les quatre régions ont eu lieu des forums de l'exportation portant sur la manière de faire des affaires aux États-Unis.

### La CCC ouvre la porte aux É.-U.

La CCC connaît les difficultés auxquelles se heurtent les entreprises novatrices qui cherchent à vendre leurs produits ou leurs services à des gouvernements étrangers et, pour cette raison, elle aide toutes les entreprises canadiennes à faire des affaires avec les autorités militaires ou civiles des États-Unis qui sont le plus gros acheteur au monde.

Pour la passation de marchés publics de défense, la CCC s'appuie sur l'Accord canado-américain sur le partage de la

production de défense (DPSA), conclu en 1956, dans le cadre duquel les entreprises canadiennes ont accès au marché de la défense américain. Chargée d'administrer l'Accord, la CCC est en mesure de faciliter la passation de marchés pour l'acheteur et pour le vendeur. Le recours à la CCC présente plusieurs avantages, notamment l'entrée en franchise des produits et des services, le cas échéant, l'exemption de l'application de certaines dispositions réglementaires liées à la loi dite Buy American Act et la dispense de l'obligation d'établir et de présenter un rapport conformément aux normes américaines. La CCC peut aussi faciliter la vente à la NASA (National Aeronautics and Space Administration), en vertu d'un accord permettant aux entreprises canadiennes de faire appel aux services de la CCC en qualité d'entrepreneur principal.

Les exportateurs canadiens peuvent aussi obtenir de l'aide pour vendre leurs produits et leurs services aux autorités civiles américaines. Dans le cadre du programme de la General Services Administration (GSA) des États-Unis, la CCC, de concert

voir page 6 — La CCC

**Le Canada : un allié puissant pour vos exportations**



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

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

## Pour réussir en Europe

— suite de la page 1

Colombie-Britannique et de Terre-Neuve-et-Labrador, le pavillon du Canada aura permis à des entreprises d'un bout à l'autre du pays de présenter leurs produits à ce grand salon des produits de la mer qui, chaque année, compte plus de 60 pavillons nationaux et attire plus de 20 000 acheteurs venant de 100 pays.

### À la pêche ... de débouchés

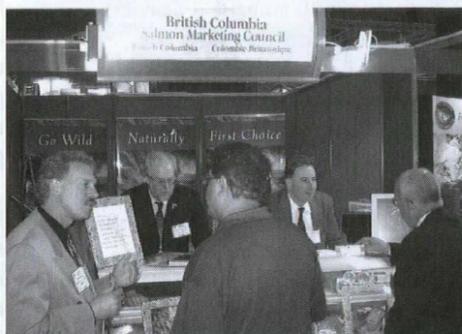
Malgré des droits de douane élevés sur les produits à valeur ajoutée et des obstacles techniques au commerce de plus en plus nombreux, l'Union européenne (UE) demeure le troisième marché d'exportation en importance du Canada pour les produits de la mer, les produits haut de gamme (comme le homard, les crevettes et les pétoncles) et les « classiques » (comme le saumon en conserve, le poisson d'eau douce et le hareng) constituant une fraction importante des exportations canadiennes. Mais il y a aussi en Europe des créneaux plus petits pour un grand nombre de produits, par exemple, pour les moules bleues, le crabe des neiges, le chien de mer, le maquereau de même que pour des produits tels la panope du Pacifique et les oursins (destinés à être consommés sur des marchés ethniques, à la maison comme au restaurant).

Toutefois, étant donné les droits de douane élevés qu'applique l'UE pour protéger son industrie de la transformation des produits de la mer, il est difficile d'exporter vers les pays de l'Union des produits à forte valeur ajoutée ou des produits transformés comme le saumon fumé, et la nouvelle génération de produits du homard ou de la crevette prêts à consommer. Les nouvelles exigences en matière d'étiquetage, les règlements sur l'intégrité des contenants, les pressions exercées par les groupes environnementaux pour imposer la certification écologique sont autant de facteurs qui compliquent la vie des exportateurs canadiens.

### Coup de filet prometteur pour le Canada!

Quoi qu'il en soit, tous les exposants étaient enchantés de leur participation au pavillon du Canada et au salon. Ils ont affirmé que le

salon leur avait permis de repérer 500 clients éventuels, dans les pays de l'UE pour la plupart. Certaines entreprises ont même conclu sur place des ventes de plusieurs millions de dollars. D'autres exposants s'attendent à réaliser des ventes dans l'année qui vient. La plupart des exposants présents au pavillon du Canada ont dit avoir participé à l'ESE d'abord et avant tout pour maintenir leur présence et leur visibilité sur le marché européen.



Le stand du B.C. Salmon Marketing Council a attiré nombre de clients avec lesquels s'entretiennent (de gauche à droite), MM. Lewis Bublé, président; Grant Snell, directeur général; et Fraser Reiche, de la Canadian Fishing Company, de Vancouver.

Les délégués commerciaux du Canada dans les pays de l'UE — dont bon nombre ont assisté à l'ESE et ont participé à la table ronde sur les produits de la mer à l'ambassade du Canada (à laquelle le sous-ministre d'AAC, M. Samy Watson, a fait un exposé) — sont optimistes quant aux possibilités en Europe pour les exportateurs canadiens.

L'UE reste un important marché pour les transformateurs canadiens de produits de

la mer (350 millions de \$ en 2002), en ce que ce dernier peut permettre au Canada d'équilibrer sa balance commerciale grâce aux occasions créées par les variations du cycle économique dans d'autres pays. Pour aider les entreprises canadiennes à pénétrer ce marché, un nouveau poste a été créé à l'ambassade du Canada à Bruxelles : le titulaire, qui entrera en fonction en septembre 2003, aura pour tâche de repérer sur le marché européen tout entier les possibilités susceptibles d'intéresser les producteurs canadiens.



Le chef attiré du pavillon du Canada était M. Robert Clark, premier chef au restaurant C qui est reconnu comme offrant la meilleure cuisine de fruits de mer à Vancouver.

Il est impératif d'isoler les produits qui peuvent être compétitifs sur le marché européen. Pour recevoir de l'aide à ce chapitre et pour déterminer les débouchés en Europe pour les produits de la mer, communiquer avec les délégués commerciaux attachés aux marchés qui sont prioritaires pour vous ou avec tout spécialiste des produits de la mer à AAC, par exemple, avec M<sup>me</sup> Jane Barnett, tél. : (905) 823-0122, courriel : [barnettj@agr.gc.ca](mailto:barnettj@agr.gc.ca), avec M<sup>me</sup> Janis Raymond, tél. : (902) 426-3130, courriel : [raymondj@agr.gc.ca](mailto:raymondj@agr.gc.ca), ou encore, avec M<sup>me</sup> Lauren Lavigne, tél. : (604) 666-1067, courriel : [lavignell@agr.gc.ca](mailto:lavignell@agr.gc.ca).

## La CCC récompense — suite de la page 5

avec le Washington Management Group et la Coalition for Government Procurement (CGP) — organisme à but non lucratif de Washington — fournit des services d'information moins coûteux aux entreprises canadiennes souhaitant devenir un fournisseur inscrit dans le cadre du programme de la GSA. Cette inscription constitue, en quelque sorte, une offre permanente de la part du gouvernement du Canada, et les acheteurs de tous les organismes fédéraux américains peuvent acheter des produits ou des services commerciaux dans le cadre d'une partie du programme de la GSA, programme ayant une valeur de 25 milliards de dollars US.

Pour plus de renseignements sur les services offerts par la CCC, composer le 1-800-748-8191 ou cliquer sur [www.ccc.ca](http://www.ccc.ca).

Protéger les investisseurs et stimuler les exportations

## EDC : une assurance pour les marchés émergents

Les entreprises canadiennes qui investissent sur des marchés émergents s'exposent à de nouveaux risques, sur le plan politique, qui s'ajoutent aux défis commerciaux qu'elles relèvent sur le marché canadien. Il suffit de songer à ce qui s'est passé dernièrement dans des pays comme l'Argentine, le Venezuela ou la Côte d'Ivoire pour s'en convaincre.

On entend par risques politiques l'incapacité de convertir la monnaie locale en devises fortes ou de transférer des devises fortes hors du pays; les mesures de nationalisation ou de confiscation prises par le gouvernement du pays d'accueil; et les actes de violence politique à la suite desquels des biens sont détruits ou qui empêchent une filiale à l'étranger de poursuivre ses opérations.

### EDC à la rescousse

Les entreprises canadiennes, grandes et petites, peuvent s'adresser à Exportation et développement Canada (EDC) afin d'atténuer ces risques. En effet, depuis 1969, EDC offre aux entreprises canadiennes qui investissent à l'étranger une assurance contre de tels risques, à savoir l'assurance-risques politiques (PRI). La PRI a ainsi contribué de manière significative à leur expansion internationale, tout en stimulant la croissance des exportations canadiennes vers les marchés émergents.

Les Services économiques d'EDC estiment que chaque dollar que le Canada investit dans des installations nouvelles dans un pays en développement se traduit par deux dollars d'exportations canadiennes dans les années qui suivent l'investissement.

Au cours des cinq dernières années, EDC a émis pour plus de 1 milliard de \$ de couverture PRI à des entreprises canadiennes investissant sur de tels marchés. Les polices émises protégeaient des investissements qui allaient de 250 000 \$ à 200 millions de \$. Il arrive à EDC de

fournir une couverture PRI en partenariat avec des assureurs du secteur privé, avec des organismes de crédit à l'exportation d'autres pays ou avec l'Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI) de la Banque mondiale.

### Un client satisfait

La Compagnie canadienne des billets de banque limitée (CBN) figure parmi les entreprises canadiennes de taille moyenne qui bénéficient des services de PRI d'EDC. La CBN se spécialise dans les systèmes



de paiement, d'identification et de loterie. Elle est réputée dans le monde pour sa capacité de mettre au point, d'installer et d'exploiter des loteries électroniques en ligne qui aident les gouvernements de marchés émergents à lutter contre les jeux clandestins, tout en générant des revenus pour financer des programmes sociaux. Ces dernières années, la CBN a souscrit auprès d'EDC de l'assurance-risques politiques pour quatre investissements basés en Amérique latine et en Asie central, totalisant 12,5 millions de \$.

Comme le fait remarquer le vice-président et chef du contentieux de la CBN, M. Gordon McKechnie : « Dans tous nos projets récents sur des marchés en développement, les services de PRI d'EDC nous ont donné la confiance dont nous avons besoin pour investir. Les marchés émergents présentent quantité de risques politiques. La PRI d'EDC nous a permis de les atténuer pour la plupart. » Tous les investissements de la CBN sur des marchés émergents ont engendré des exportations canadiennes.

### Service personnalisé

Un autre produit aide les entreprises canadiennes à atténuer les risques liés aux investissements sur les marchés émergents :

le service personnalisé d'EDC en matière d'évaluation des risques politiques. Ce service permet d'obtenir une carte détaillée des risques éventuels à étudier avant d'investir dans un pays en développement et un secteur particuliers. Sont examinés, entre autres, la réglementation, la stabilité politique, les risques économiques, ainsi que tout autre facteur que l'investisseur éventuel peut souhaiter voir examiné. Il est possible aussi de communiquer, sur demande, avec des analystes politiques chevronnés.

Pour l'avenir prévisible, la PRI d'EDC continuera de jouer un rôle clé pour ce qui est d'aider les entreprises canadiennes de toute taille à gérer les risques politiques qu'elles rencontrent sur ces marchés. La PRI d'EDC devrait aussi stimuler, indirectement, la croissance des exportations canadiennes vers les pays en développement.

Pour plus de détails sur la PRI d'EDC, joindre M<sup>me</sup> Joanne Palmer, tél. : (613) 598-6642, courriel : [jpalm@edc.ca](mailto:jpalm@edc.ca).

Pour en savoir plus sur les services personnalisés d'évaluation des risques politiques, joindre M. Rod Lever, tél. : (613) 597-8835, courriel : [rllever@edc.ca](mailto:rllever@edc.ca).

## Le Salon de l'habitation au Japon

— suite de la page 2

bâtiment et la construction, l'immobilier, les installations sanitaires, la climatisation, la plomberie et l'éclairage.

Pour plus de renseignements, cliquer sur [www.jma.or.jp/JHS/en/index.html](http://www.jma.or.jp/JHS/en/index.html) ou joindre M. Matt Fraser, délégué commercial, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : [matt.fraser@dfait-maeci.gc.ca](mailto:matt.fraser@dfait-maeci.gc.ca) ou M<sup>me</sup> Masayo Umeda, agent commercial, ambassade du Canada à Tokyo, courriel : [masayo.umed@dfait-maeci.gc.ca](mailto:masayo.umed@dfait-maeci.gc.ca) ou encore M<sup>me</sup> Joy Vicente, déléguée commerciale, MAECI, courriel : [joy.vicente@dfait-maeci.gc.ca](mailto:joy.vicente@dfait-maeci.gc.ca).

## L'ordinateur au cœur d'une conférence sur l'éducation

**HONG KONG** — 2-5 décembre 2003 — L'an dernier, l'**International Conference on Computers in Education (ICCE)** a réuni quelque 600 participants. Cette année, les organisateurs prévoient accueillir 1 000 participants environ — dont 400 de l'étranger.

L'ICCE se déroulera sous le thème : « La seconde vague de TIC en éducation : de l'aide à l'enseignement et à l'appren-

tissage à une véritable réforme pédagogique ». Parmi les conférenciers invités, mentionnons la présence de deux conférencières du Canada, M<sup>me</sup> Susanne Lajoie, professeure à l'Université McGill, et M<sup>me</sup> Marlene Scardamalia, professeure à l'Université de Toronto.

Le Secrétariat de la Conférence est à la recherche de communications et aussi de commanditaires qui voudraient accor-

der leur appui à l'événement. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Norma Domenech, Bureau de partenariats internationaux, Industrie Canada, tél. : **(613) 946-9943**, courriel : **domenech.norma@ic.gc.ca** ou M<sup>me</sup> Kitty Ko, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : **(011-852) 2847-7448**, courriel : **kitty.ko@dfait-maeci.gc.ca**, internet : **www.icce03.org**. ✪

## L'Europe centrale vous attend au salon des TIC

**BRNO, RÉPUBLIQUE TCHÈQUE** — 6-10 octobre 2003 — **INVEX** est le plus important salon international des technologies de l'information et des communications (TIC) en Europe centrale. En 2002, 757 entreprises provenant de 16 pays y ont présenté leurs produits et leurs services devant quelque 150 000 visiteurs.

L'ambassade du Canada à Prague y érigeria un stand d'information cette année et invite les entreprises canadiennes du secteur des TIC, de l'administration élec-

tronique, de l'apprentissage en ligne, des logiciels et du multimédia à lui soumettre leur matériel publicitaire.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M<sup>me</sup> Martina Taxova, agente de commerce à l'ambassade du Canada à Prague, tél. : **(011-420) 272-101-862**, téléc. : **(011-420) 272-101-894**, courriel : **martina.taxova@dfait-maeci.gc.ca**, internet : **www.invex.cz/invex-gb**. ✪

## LE SALON DE L'ALIMENTATION DE KANSAI

**OSAKA, JAPON** — 19-21 novembre 2003 — **Hoteres et Foodex Kansai 2003**, salon international de l'alimentation, devrait attirer 45 000 visiteurs venus du monde entier.

**Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Toshihisa Seki, délégué commercial, consulat général du Canada à Osaka, tél. : **(011-81-6) 6212-4910**, téléc. : **(011-81-6) 6212-4914**, courriel : **toshihisa.seki@dfait-maeci.gc.ca**, internet : **www.jma.or.jp/hfk/en/**. ✪

## L'Argentine accueille une expo TIC

**BUENOS AIRES, ARGENTINE** — 24-27 septembre 2003 — **Expo Comm 2003** est, en Argentine, la plus importante exposition consacrée aux technologies

des communications et des transmissions sans fil, et à la réseautique. Les décideurs les plus qualifiés et les plus influents de l'industrie des technologies des commu-

nications et de l'information seront présents à cet événement qui, par ailleurs, accueillera plus de 12 000 visiteurs.

**Pour plus de renseignements**, s'adresser à l'ambassade du Canada à Buenos Aires, courriel : **bairs-commerce@dfait-maeci.gc.ca**. ✪

### Service des renseignements

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

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

Postes Canada  
Numéro de convention 40064047