

DOCS
CA1
EA
C16
FRE
v. 21
June 16,
2003
Copy 2

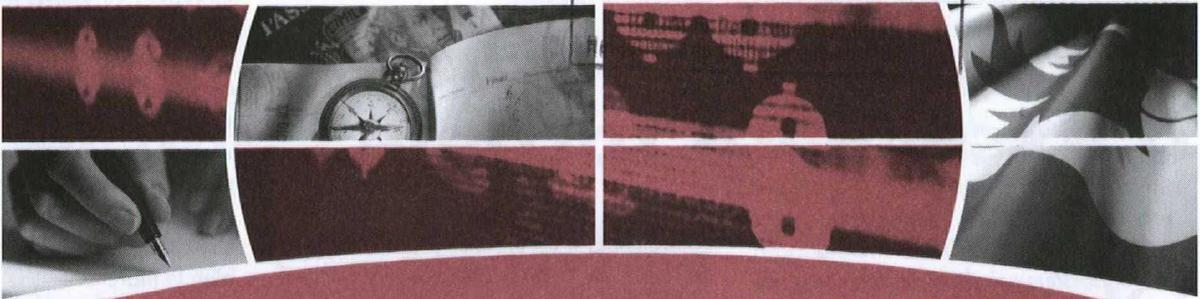
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

Canada

JUN 13 2003



Aide japonaise au développement

Partenariats éventuels dans des pays tiers

Dans ce numéro

- 2 Patience et persévérance :
Prix d'excellence
- 3 L'Université de Colombie-
Britannique à Seattle
Levée des sanctions contre
l'Iraq : débouchés
- 4 Le financement en Asie
passe par Hong Kong
- 5 Salon des produits
naturels à Londres
Le homard canadien au
menu à Paris
- 6 Nouvelles commerciales
- 7 Foires et missions
commerciales

Les cabinets d'experts-conseils canadiens qui ont déjà obtenu des marchés des banques multilatérales de développement (BMD) connaissent l'importance des partenariats. Mais ils passent peut-être par-dessus une source qu'ils n'ont jamais envisagée : le Japon. Unissant leurs forces à long terme, les cabinets d'experts-conseils canadiens et japonais peuvent s'ouvrir mutuellement la porte à une foule de nouveaux débouchés, notamment, dans le cas des sociétés canadiennes, auprès d'organisations japonaises d'aide au développement comme la **Japan International Cooperation Agency (JICA)**.

Un nouveau rapport en ligne constitue un excellent point de départ pour découvrir le processus d'approvisionnement de la JICA et pour trouver de nouveaux partenaires éventuels.

Les Canadiens savent comment obtenir des marchés pour participer à des projets de la Banque mondiale et de la Banque asiatique de développement (BAfD), tandis que les sociétés japonaises se sont tenues à l'écart de ces BMD. Réaliser ensemble un projet financé par une BMD peut inciter le partenaire japonais à offrir des marchés de sous-traitance pour des projets réalisés dans des pays tiers avec l'appui financier de la JICA.

voir page 4 — La JICA

Le Canada l'invité de marque au Salon du livre en Italie



Au pavillon du Canada à Turin (de gauche à droite) : M^{me} Nicole Saint-Jean, membre du conseil, Association nationale des éditeurs de livres; M^{me} Linda Cameron, présidente de l'Association des éditeurs canadiens; et M. Michael Brock, directeur général, Direction générale des relations culturelles internationales, MAECI.

voir l'article à la page 8 — Salon

CanadaExpo

Vol. 21, n° 11
16 juin 2003

Supplément
PÉROU : LE TRÉSOR CACHÉ
(voir l'encart)

« Patience et persévérance... »

Un lauréat du Prix d'excellence raconte...

Quand M. Mirek Planeta a immigré de la Tchécoslovaquie au Canada, en 1974, il a trouvé vraiment extraordinaire la grande générosité de ses nouveaux collègues et amis à Burlington, en Ontario. Même le directeur de l'usine où il a occupé son premier emploi lui avait prêté une voiture. « Je souhaite que chaque immigrant reçoive un accueil semblable », confie M. Planeta. Maintenant président de la société **Macro Engineering and Technology**, lauréate d'un Prix d'excellence à l'exportation

canadienne, il est un exemple d'entrepreneur dont les affaires ont prospéré grâce à l'expansion de ses activités sur les marchés étrangers.

M. Planeta a terminé ses études en génie chimique à l'Université de Prague en 1969 et a travaillé en Tchécoslovaquie avant



M. Mirek Planeta, président et fondateur de la société **Macro Engineering and Technology** à Mississauga (Ontario), lauréate d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne.

d'aller s'établir au Royaume-Uni, puis au Canada. « Ce n'était pas facile pour moi car je ne parlais pas bien anglais. » En 1978, M. Planeta a lancé son entreprise **Macro Engineering and Technology**, qui est désormais reconnue mondialement comme concepteur et fabricant de systèmes d'extrusion perfectionnés et de composants pour barrières et pellicules spécialisées.

Même s'il a obtenu une trentaine de brevets, il minimise ses réalisations en disant qu'au début des activités de l'entreprise, « nous allions voir les clients pour leur demander ce qu'ils voulaient, puis le fabriquer ». Il a presque toujours compté uniquement sur des ventes au Canada et aux États-Unis, jusqu'à ce que l'économie se dégrade en 1987. C'est alors qu'il a commencé à envisager d'exporter outre-mer. « Je me suis dit que si les choses allaient mal dans une partie du monde, ça devait aller mieux dans une autre. »

Il a ainsi trouvé des débouchés en Corée, au Japon, en Chine, puis en Europe, pour s'attaquer maintenant aux marchés de la Russie et de l'Ukraine. Voici les conseils qu'il adresse aux aspirants exportateurs : « Ne laissez pas le marché d'exportation vous décourager. Il faut du temps et de la patience. Ne vous attendez donc pas à obtenir des contrats tout de suite, mais cherchez plutôt un bon agent qui connaît bien le marché. »

Cette stratégie s'est révélée efficace pour M. Planeta et son entreprise, qui emploie 100 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 20 millions de dollars. Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne, que l'entreprise a remporté en 1995, est

bien en évidence dans la salle de conférence de **Macro Engineering and Technology**. « Les visiteurs étrangers sont impressionnés quand ils apprennent que nous avons remporté ce prix », d'affirmer M. Planeta. Figurant au nombre des 200 lauréats de ces prix d'excellence, M. Planeta est assurément en bonne compagnie.

La 20^e cérémonie de remise des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** aura lieu à Toronto, le 24 novembre 2003, dans le cadre du **Congrès annuel des Manufacturiers et Exportateurs du Canada** (www.cme-mec.ca).

Pour plus de renseignements, joindre M. Andrew Caddell, MAECI, tél. : (613) 944-0118, courriel : andrew.caddell@dfait-maeci.gc.ca ou consulter le site internet des Prix d'excellence à l'exportation canadienne : www.infoexport.gc.ca/awards-prix/menu-f.htm

Universités de Colombie-Britannique et Washington Seattle : transfert de technologie

Le consulat général du Canada à Seattle s'est associé à trois promoteurs de la région — **Silicon Valley Bank**, **Grant Thornton Accounting** et le cabinet d'avocats **Gray Cary** — pour organiser la série de déjeuners-causerie en biotechnologie intitulée « **Tech Transfer: Primed for Evolution** ».

Cette initiative est la conséquence du rôle essentiel que jouent les programmes de transfert de technologie des universités locales dans la diffusion des connaissances nouvelles en science et en technologie. Ce rôle a été négligé ces dernières années à l'Université de Washington (UW), tandis qu'à l'Université de Colombie-Britannique (UCB) ces programmes sont florissants, bien que peu connus dans les milieux de la biotechnologie à Seattle.

Les principaux artisans du programme de déjeuners-causerie sont MM. Jim Severson, vice-recteur du Office of Intellectual Property and Technology Transfer de l'UW, et Angus Livingstone, directeur général du University Industry Liaison Office (UILO) de l'UCB. Tous deux, ils se sont occupés de poser les bases et les conditions de la collaboration entre les deux universités par rapport à leurs organismes respectifs. Ensuite, deux sociétés — l'une de la région de Seattle et l'autre de Vancouver — ont participé à une discussion entre experts; ces sociétés avaient été créées dans le but de mettre en application les technologies issues de ces universités.

En collaborant à cet événement, le consulat général du Canada à Seattle a pu faire connaître davantage l'UILO et son remarquable travail de commercialisation et d'octroi de licence dans le domaine des sciences de la vie — une initiative utile vu que l'UW faisait l'objet de critiques de la part des milieux d'affaires de la région, parce qu'elle n'avait pas commercialisé suffisamment le produit de ses recherches.

L'UILO a joué un rôle primordial dans la création d'une majorité de sociétés de biotechnologie en Colombie-Britannique, comme **QLT**, **Inex Pharmaceuticals**, **Angiotech** et **Xenon Genetics**, pour n'en nommer que quelques-unes. Si ces entreprises — qui en étaient au premier stade de leur développement — n'avaient pas bénéficié du soutien et de la supervision de l'UILO, la Colombie-Britannique n'aurait tout simplement pas l'industrie biotechnologique qu'elle possède aujourd'hui.

Cet événement a permis aussi à l'UCB de manifester sa qualité de chef de file dans le domaine et d'exposer ses capacités de recherche et de développement et, on espère, de stimuler l'intérêt de la collectivité de Seattle pour la recherche coopérative. Plus de 60 invités, y compris des représentants commerciaux, des sociétés d'investissement en capital-risque et des représentants du bureau de direction politique du gouverneur de l'État de Washington, étaient présents à cet événement transfrontalier.

Pour plus de renseignements, communiquer avec Mme Jane Shaw, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Seattle, tél. : (206) 770-4081, téléc. : (206) 443-9735, courriel : jane.shaw@dfait-maeci.gc.ca

Pour plus de renseignements sur l'UILO à l'UCB, cliquer sur www.uilo.ubc.ca

Sanction levées

Débouchés en Iraq

En adoptant la résolution 1483 le 22 mai dernier, le Conseil de sécurité des Nations Unies a levé la plupart des sanctions contre l'Iraq, à l'exception de l'embargo sur les armes, tandis que l'achat de pétrole irakien est encore sujet à certaines conditions, selon cette résolution. Le Canada prendra certaines mesures en vues de mettre en œuvre la résolution 1483.

Débouchés

Les efforts de reconstruction en sont au stade embryonnaire et se limitent à des contrats financés par le gouvernement des États-Unis, la plupart d'entre eux gérés par la United States Agency for International Development (USAID). Cependant, les contrats de sous-traitance du gouvernement des États-Unis offrent des possibilités aux entreprises canadiennes. L'ambassade du Canada à Washington suit de près le cours des événements avec les responsables américains et a préparé un site internet (www.dfait-maeci.gc.ca/sell2usgov/iraqusaid-fr.asp) pour aider les exportateurs canadiens à dépister les occasions qui pourraient se présenter. Les responsables américains ont confirmé que les soumissionnaires canadiens sont les bienvenus.

La société californienne **Bechtel Corporation** a été choisie par l'USAID pour diriger les travaux de conception, de remise en état, d'amélioration et de reconstruction de l'infrastructure de l'Iraq. Pour obtenir de l'information à ce sujet, consulter le site internet de **Bechtel** : www.bechtel.com/iraq.html

Le rôle du Canada

Le premier ministre Jean Chrétien a annoncé, le 14 mai dernier, que le Canada allouera 200 millions de dollars supplémentaires pour faire face aux besoins humanitaires et de reconstruction de l'Iraq. Cela porte la contribution totale du Canada à plus de 300 millions de dollars et démontre l'engagement continu du Canada, dans le cadre des efforts internationaux, de venir en aide au peuple irakien.

voir page 8 — L'Iraq

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

La JICA — suite de la page 1

Avantage concurrentiel

Alors que les sociétés japonaises sont particulièrement fortes en ingénierie, les fournisseurs canadiens excellent dans les domaines moins techniques, comme la santé, l'éducation, la gouvernance et l'intégration de la femme au développement, qui deviennent une composante de plus en plus importante des activités de développement de la Banque mondiale et de la JICA.

Les propositions pour les projets de la Banque mondiale et de la BAsD sont jugées en fonction de la compétence technique et de la compétitivité des coûts. L'ajout de contenu canadien peut aider une entreprise japonaise à présenter une soumission plus concurrentielle, étant donné que le dollar canadien est très attractif par rapport au yen. Les Canadiens peuvent également aider les sociétés japonaises à rédiger les documents (qui doivent être présentés en anglais).

La JICA : un énorme débouché
Par ailleurs, les projets financés par la JICA

constituent un débouché pour les cabinets d'experts-conseils canadiens. La JICA est chargée du volet de coopération technique de l'aide publique au développement (APD) du Japon — et le Japon offre les programmes d'aide au développement les plus généreux au monde. Ces dernières années, il a fourni près du quart de l'APD mondiale, avec des dépenses de quelque 20 milliards de dollars américains par année.

L'un des programmes les plus susceptibles d'intéresser les fournisseurs canadiens est celui des études de développement, comme des études de faisabilité, que la JICA utilise pour planifier des projets de suivi financés par des subventions ou des prêts. Vu que la JICA ne conclut des marchés qu'avec des entreprises établies au Japon et déjà inscrites chez elles, la sous-traitance est la meilleure solution pour les sociétés canadiennes.

Un rapport sur les possibilités

Un nouveau rapport en ligne rédigé par l'Agence canadienne de développement international et intitulé — « JICA — Passa-

tion de contrats avec les experts-conseils étrangers » www.infoexport.gc.ca/ifinet/jica-f.htm — décrit le processus d'approvisionnement de la JICA et fournit des conseils en commercialisation et offre des coordonnées. Il dresse également la liste des 20 principaux cabinets d'experts-conseils japonais qui réalisent 70 % des projets financés par la JICA.

Une fois un partenaire éventuel trouvé sur cette liste, l'ambassade du Canada à Tokyo peut faciliter les présentations, un élément essentiel du processus, et donner des conseils. Les sociétés canadiennes prêtes à rendre visite à des cabinets japonais qui participent à des projets financés par la JICA et à établir la confiance nécessaire pour nouer des liens à long terme, ont d'excellentes chances de réussir.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Masanobu Tsukada, agent commercial, ambassade du Canada à Tokyo, tél. : (011-81-3) 5412-6223, courriel : tokyo.er@dfait-maeci.gc.ca internet : www.jica.go.jp/english

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

À la recherche de financement pour l'expansion en Asie?

Allez vers Hong Kong

Hong Kong est, après le Japon, le plus gros centre régional de financement par capitaux propres d'Asie. On y compte plusieurs centaines de sociétés de capital-risque administrant des sommes qui totalisent 50 milliards de dollars US environ, soit l'équivalent de 30 % du marché du capital-risque privé dans la région. Les sociétés d'investissement fournissent des capitaux à toutes sortes d'entreprises, des plus jeunes jusqu'à celles établies depuis longtemps, œuvrant dans toutes sortes de domaines allant des nouvelles technologies aux projets d'infrastructures.

Mais les financiers de Hong Kong ne sont pas des « prêteurs de dernier recours ». Cependant, ils sont ouverts à l'idée de financer des entreprises canadiennes qui s'orientent fortement vers le marché asiatique.

Compte tenu de la volatilité qui a caractérisé les marchés des titres participatifs au cours de la dernière année, les fonds de capital-risque privé sont dans la mire de leurs investisseurs, qui leur reprochent des rendements insuffisants. Depuis quelque temps, les investisseurs de Hong Kong soutiennent les entreprises qui ont atteint un certain stade de développement, plutôt

que les entreprises en démarrage, et ils visent le contrôle de la gestion. La plupart préfèrent investir dans des entreprises relativement bien développées qui possèdent une technologie éprouvée et dont les applications visent clairement les marchés asiatiques.

Trouver un partenaire local

En raison de son industrie manufacturière extrêmement concurrentielle et de son vaste marché intérieur, la Chine est un marché prioritaire pour de nombreux investisseurs en capital-risque asiatiques, notamment ceux

de Hong Kong. S'associer avec un bon partenaire stratégique local sera souvent un gage de succès, et l'investisseur en capital-risque peut être ce partenaire. Les sociétés d'investissement hongkongaises croient que les entreprises canadiennes devraient aborder les marchés asiatiques par l'intermédiaire de manufacturiers ou de distributeurs établis en Asie. En Chine, par exemple, des sociétés qui ont des réseaux de distribution bien établis recherchent activement des partenaires qui possèdent une technologie de pointe qu'elles pourraient intégrer dans leurs produits. De plus, la Chine possède une industrie manufacturière à faibles coûts, de classe mondiale, dans des secteurs aussi variés que les technologies de l'information, les instruments médicaux, les soins de santé et la transformation des aliments.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Amy Yung, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852) 2847-7414, courriel : amy.yung@dfait-maeci.gc.ca

Juin 2003

PÉROU : le trésor caché

Un pays désireux d'attirer les entreprises et les investissements canadiens

Le Pérou en bref

DESCRIPTION GÉNÉRALE

Population : 26,7 millions d'habitants (estimation, 2002)

Capitale : Lima, 8,0 millions d'habitants (estimation, 2002)

Croissance démographique : 1,3 % (moyenne, 2000-2015)

Superficie : 1 285 215 km²

Monnaie : 1 dollar canadien = 2,38 Nuevo Sol (15 mai 2003)

DONNÉES ÉCONOMIQUES

PIB : 55,6 milliards de dollars (estimation, 2002)

Croissance du PIB réel : 4,8 % (estimation, 2002)

PIB par habitant : 2 076 dollars (2001)

Taux d'inflation : 2,0 % (estimation, 2002)

Taux de chômage : 8,9 % (2002)

COMMERCE CANADA-PÉROU

Exportations canadiennes : 167 millions de dollars (2002)

Importations canadiennes : 293 millions de dollars (2002)





L'économie de marché du Pérou et le traitement non discriminatoire qu'il accorde à l'investissement étranger créent un environnement commercial dynamique et ouvert qui plaît de plus en plus aux entreprises et aux investisseurs canadiens. L'investissement direct du Canada, dont notre ambassade estime qu'il se situe à 3,8 milliards de dollars (en valeur comptable cumulative), est principalement concentré dans les mines, la transmission d'électricité et l'imprimerie. Plus de 70 entreprises canadiennes sont implantées au Pérou, et environ 200 autres firmes y ont des représentants locaux. Ce pays est notre troisième partenaire commercial dans la région andine : en 2002, la valeur de nos exportations vers le Pérou atteignait 167 millions de dollars, tandis que nos importations se chiffraient à 293 millions.

Les services jouent un rôle de plus en plus important dans la croissance des exportations canadiennes. D'après une enquête menée par l'ambassade en juillet 2002, les ventes de services au Pérou s'étaient élevées à quelque 96 millions de dollars au cours des 12 mois précédents. Elles étaient principalement reliées à des projets miniers et à des projets d'immobilisations, mais on observe également des possibilités de croissance dans d'autres secteurs tels que l'énergie, l'eau et l'assainissement, les télécommunications et la sécurité. L'agro-industrie et l'aquaculture offrent aussi des débouchés aux investisseurs.

Le Pérou est un pays géographiquement diversifié qui possède un littoral de quelque 2 000 kilomètres le long du Pacifique et compte 84 des zones écologiques connues de la planète. Ses abondantes ressources naturelles comprennent l'or, le cuivre, le gaz naturel et de vastes forêts tropicales. La pêche et l'agriculture constituent d'autres sources de richesse pour le pays.

Septième économie en importance en Amérique latine, le Pérou compte 27 millions d'habitants. Il offre aux investisseurs un climat macroéconomique favorable, une monnaie stable, un taux d'inflation faible et un risque-pays peu élevé lorsqu'on le mesure en fonction de l'écart de taux entre sa dette souveraine et les bons du Trésor américain. L'économie péruvienne a réussi à rester en bonne santé depuis deux ans et traverse présentement une période de reprise vigoureuse. Le Pérou se distingue par là d'autres pays d'Amérique du Sud, surtout lorsqu'on tient compte des difficultés politiques et économiques auxquelles sont confrontés ses voisins. Il a affiché le taux de croissance le plus élevé de la région l'an dernier, son produit intérieur brut (PIB) ayant augmenté de 5,2 %. Les tendances s'annoncent tout aussi favorables en 2003 et 2004.

Le Canada et le Pérou s'emploient à renforcer leurs échanges commerciaux et leurs liens d'investissement. Outre que les deux pays ont signé une entente fiscale¹ qui est entrée en vigueur le 17 février 2003, le Canada et les cinq pays membres de la Communauté andine (dont le Pérou) ont annoncé, le 7 août 2002, qu'ils entameraient des pourparlers en vue d'un éventuel accord de libre-échange.

Les entreprises canadiennes sont les bienvenues au Pérou. Les Péruviens n'ont pas oublié le rôle important qu'a joué le Canada dans le rétablissement de la démocratie en 2000. Grâce au sens de la responsabilité sociale manifesté par les entreprises canadiennes déjà présentes sur le marché

¹ Convention entre le Gouvernement du Canada et le Gouvernement de la République du Pérou en vue d'éviter les doubles impositions et de prévenir l'évasion fiscale en matière d'impôts sur le revenu et sur la fortune.

péruvien, un accueil chaleureux est réservé aux nouvelles firmes désireuses de s'y implanter.

Le Pérou offre de nombreux débouchés dans des secteurs où le Canada jouit d'un net avantage concurrentiel; on peut citer à cet égard les forêts, les mines, le pétrole et le gaz naturel et les technologies de l'information et des communications. Il est généralement recommandé de recourir aux services d'un agent ou d'un distributeur local pour faciliter les ventes, le dédouanement et le service après vente dans la langue locale.



FORÊTS

Grâce à une abondance de ressources forestières qui le placent au huitième rang mondial, le Pérou recèle d'immenses possibilités pour le secteur forestier. L'Amazonie renferme 72 millions d'hectares de forêt pluviale luxuriante qui représentent une des plus importantes richesses inexploitées du pays. En effet, la plupart des entreprises forestières péruviennes font appel à des technologies dépassées, l'industrie ne représente que 1 % du PIB et le solde commercial est présentement négatif dans ce secteur. D'après Fondebosque, une organisation chargée de promouvoir l'aménagement forestier, peu d'entreprises péruviennes sont en mesure d'offrir des produits à valeur ajoutée sur le marché mondial. Il faudra un investissement de quelque 640 millions de dollars pour repositionner les ressources en fonction des étapes de l'abattage, de la transformation primaire, du transport et du développement des marchés.

Une loi promulguée par le gouvernement en 2000 a accru l'importance et la durée des concessions qui peuvent être accordées aux entreprises et aux groupes autochtones. Par souci de contribuer au développement durable, cette loi exige des concessionnaires qu'ils soumettent un plan de gestion forestière comprenant un volet de conservation; elle précise en outre que les concessions doivent se prêter à une vérification quinquennale. Malgré une certaine résistance parmi les bûcherons détenteurs de petites concessions, le gouvernement a pu adjuger quelque 4,1 millions d'hectares et libérera 5 millions d'hectares de plus cette année. Bref, la forêt péruvienne est désormais accessible à l'investissement étranger et les exportateurs canadiens de technologies, de matériel et de services trouveront là des débouchés importants.

FONDEBOSQUE vient de signer un accord de transfert de technologie avec Forintek, une entreprise canadienne. Cette entente pourrait signaler le début d'une ère de liens plus étroits entre firmes péruviennes et canadiennes.

Pour plus de renseignements, s.v.p. s'adresser à :
Oscar G. Vasquez
Agent principal de développement des affaires
Ambassade du Canada
Tél. : (011-511) 444-4015
Fax : (011-511) 444-4347
Courriel : lima.commerce@dfait-maeci.gc.ca

Site web connexe
Fonds de promotion de l'aménagement des forêts (FONDEBOSQUE) : www.fondebosque.org.pe

MINES

Les ressources minérales du Pérou comptent parmi les plus riches au monde : le cuivre, l'or, le zinc, l'argent, l'étain et le plomb occupent à cet égard une place privilégiée. Le secteur minier contribue au PIB dans une proportion de 11 % et représente 50 % de la valeur globale des exportations du pays. En particulier, le Pérou est le plus grand producteur d'or en Amérique latine et le septième au monde, grâce à la mise en valeur de la mine de Yanacocha et de la mine Pierina de Barrick Gold Corporation. La découverte par Barrick du gisement aurifère d'Alto Chicama au nord du pays l'an dernier a suscité un vif intérêt envers la poursuite des travaux d'exploration. La mine de cuivre et de zinc Antamina, qui appartient en partie aux sociétés canadiennes Noranda et Teck Cominco et dont on estime la valeur à quelque 3,68 milliards de dollars, a ajouté 1,4 % au PIB du Pérou pendant sa première année d'exploitation; ses exportations se sont chiffrées à quelque 1 120 millions de dollars l'an dernier.

Au cours de la prochaine décennie, le ministère péruvien de l'énergie et des mines prévoit que des investissements de 24 milliards seront consacrés à l'exploration et l'exploitation, à l'agrandissement des mines et à de nouveaux projets, ce qui fera croître la demande en matériel et en services miniers. Le Pérou est doté d'un système efficace d'enregistrement des concessions minières et a adopté des lois pour protéger les investisseurs étrangers. Ces lois garantissent le rapatriement intégral des bénéfices, du capital et des redevances. Le Pérou perçoit des droits à l'importation de 12 % sur la majeure partie du matériel d'exploration et d'exploitation minière, une taxe de vente de 18 % sur tous les produits et des redevances douanières variant de 0,5 à 3,0 %.

Les entreprises canadiennes peuvent vendre leur matériel et leurs services miniers directement à l'utilisateur final ou bien ils peuvent retenir les services d'un agent ou d'un distributeur pour se faciliter la tâche dans des domaines comme la traduction, le dédouanement et le service après vente. Il est recommandé d'établir une présence locale en ouvrant un bureau de service ou un entrepôt de support technique dans une localité située près des mines.

Pour plus de renseignements, s.v.p. s'adresser à :
Oscar G. Vasquez
Agent principal de développement des affaires
Ambassade du Canada
Tél. : (011-511) 444-4015
Fax : (011-511) 444-4347
Courriel : lima.commerce@dfait-maeci.gc.ca

Sites web connexes
Ministère de l'énergie et des mines : www.mem.gob.pe

Société nationale des mines, du pétrole et de l'énergie : www.snmpe.org.pe

PÉTROLE ET GAZ NATUREL

En 2002, le Pérou a produit environ 95 000 barils de pétrole brut par jour et a accusé un déficit de 787,2 millions de dollars au titre de la balance commerciale en hydrocarbures. On trouve 18 bassins sédimentaires dans diverses régions du pays, et on estime ses réserves potentielles à 16 milliards de barils de brut par jour. L'exploration s'est concentrée dans le bassin de Talara jusqu'à présent, tandis que les bassins du Marañon et de l'Ucayali en sont encore aux premières étapes d'exploration. Le Pérou a lancé une campagne pour attirer de nouveaux investissements et stimuler la mise en valeur des réserves pétrolières et gazières enfouies au fond de la jungle amazonienne et dans le sol sous-marin.

La marché du gaz naturel présente un potentiel énorme, surtout avec la mise en valeur des champs d'Aguaytia et de Camisea, dont les réserves sont évaluées à 13 billions de pieds cubes de gaz naturel et 600 millions de barils de liquides extraits du gaz naturel. La mise en valeur en amont du projet Camisea (4,8 milliards de dollars) est réalisée par un consortium formé de Pluspetrol (Argentine), Hunt Oil (États-Unis) et SK Global (Corée du Sud). La construction des gazoducs permettant de transporter le gaz et les liquides vers la côte a été confiée à un autre consortium, dirigé par Techint (Argentine), tandis que la distribution du gaz naturel dans la zone métropolitaine de Lima sera assurée par Tractebel (Belgique).



Aguaytia Energy, le principal producteur de gaz naturel, se propose d'accroître ses ventes de gaz auprès de la centrale thermoélectrique, de la brasserie, des scieries, des fabricants de contreplaqués et d'autres industries de Pucallpa, deuxième ville en importance de l'Amazonie péruvienne, située à 380 kilomètres à l'est de Lima et pas très loin de la frontière brésilienne.

Perupetro offre des concessions pour 14 blocs sous-marins et deux blocs terrestres, et négociera probablement des contrats d'exploration et de mise en valeur pour neuf blocs situés dans la jungle qui ont été rétrocédés par d'autres entreprises qui y ont effectué des travaux d'exploration préliminaire. Les projets nouveaux et déjà en cours offrent des débouchés intéressants aux opérateurs et fournisseurs canadiens de matériel et de services.

Pour plus de renseignements, s.v.p. s'adresser à :
Oscar G. Vasquez
Agent principal de développement des affaires
Ambassade du Canada
Tél. : (011-511) 444-4015
Fax : (011-511) 444-4347
Courriel : lima.commerce@dfait-maeci.gc.ca

Sites web connexes
Ministère de l'énergie et des mines : www.mem.gob.pe
Société nationale des mines, du pétrole et de l'énergie : www.snmpe.org.pe

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DES COMMUNICATIONS (TIC)

Vue d'ensemble
Les TIC revêtent une importance prioritaire pour le gouvernement et l'économie du Pérou. Elles jouent un rôle crucial vis-à-vis la croissance de l'investissement, le progrès technologique et la promotion de l'éducation. Au cours des cinq dernières années, le secteur des TIC a affiché un taux de croissance de 22 % par année en moyenne. Les services de téléphone fixes et mobiles représentent la majeure partie du secteur, mais l'importance de l'internet, des services de transmission de données à haute vitesse destinés aux entreprises et des nouveaux services téléphoniques à valeur ajoutée s'accroît rapidement.

Le marché péruvien offre des débouchés intéressants aux entreprises canadiennes dans des domaines tels que les appels locaux et internationaux la téléphonie interurbaine et locale, les services de radiodiffusion, la téléphonie fixe, les communications sans fil, les services internet et à large bande, les communications par satellite et les services à valeur ajoutée. À moyen terme, le marché du commerce électronique est également très prometteur, en particulier pour les fournisseurs

canadiens, car le Canada a lancé le concept de l'infrastructure à clés publiques (ICP) au Pérou, où il est reconnu pour être un leader mondial du commerce électronique sécurisé.

Le secteur péruvien des TIC continuera de prendre de l'expansion. À mesure que s'intensifient les efforts pour relever les taux de densité téléphonique et que s'accroît le recours à l'internet, la nécessité d'une infrastructure des communications bien développée s'imposera de plus en plus. Par ailleurs, à mesure que les entreprises péruviennes s'intégreront plus étroitement et en plus grand nombre à l'économie mondiale, il leur faudra des outils de communication avancés pour se mesurer à leurs concurrents étrangers.

Opportunités en formation en entreprise et apprentissage à distance

Le marché péruvien des services d'enseignement et de formation offre des possibilités aux fournisseurs canadiens dans des domaines tels que la e-formation, l'enseignement à distance, les didacticiels et l'accréditation professionnelle. Le projet Huascarán, lancé par le gouvernement péruvien dans le but de brancher sur l'internet plus de 5 000 écoles du pays, est tout particulièrement prometteur à cet égard. Le marché de la formation assistée par ordinateur présentera lui aussi des débouchés intéressants à moyen terme, à mesure que se répandra la technologie informatique au sein de la population. L'enseignement à distance est en train de se développer au Pérou, et il existe de nombreuses ouvertures pour les compétences canadiennes, surtout du côté de l'adaptation des technologies actuelles à la situation péruvienne et du renforcement des capacités des enseignants et formateurs locaux. On estime à cet égard que la e-formation, en particulier, est un créneau important où les entreprises canadiennes pourraient jouir d'un avantage concurrentiel.

E-formation

À la suite du succès remporté par la Semaine canadienne de la technologie l'an dernier, l'ambassade du Canada à Lima organisera un atelier séminaire sur la e-formation les 29 et 30 septembre 2003. Un certain nombre de fournisseurs canadiens présenteront des exposés sur leurs produits et services et rencontreront d'éventuels partenaires, agents et distributeurs péruviens.

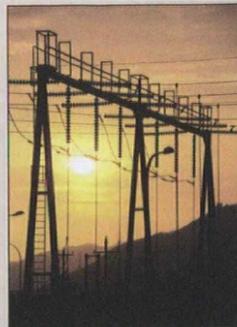
Pour plus de renseignements, s.v.p. s'adresser à :

Katia Rivadeneyra
Agente de développement des affaires
Ambassade du Canada
Tél. : (011-511) 444-4015
Fax : (011-511) 444-4347
Courriel : lima.commerce@dfait-maeci.gc.ca

Sites web connexes

Agence de réglementation des télécommunications : www.osiptel.gob.pe
Ministère des transports et des communications : www.mtc.gob.pe
Ministère de l'éducation : www.minedu.gob.pe
Projet Huascarán : www.huascarán.gob.pe

Merci à l'Agencia de Promoción de la Inversión (ProInversión) et à la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) pour leur collaboration dans la préparation de ce document et pour toutes les photographies.



Contacts et sites web

Ambassade du Canada au Pérou

Adresse civique :
Calle Libertad 130, Miraflores
Lima, Pérou
Adresse postale
Casilla 18-1126, correo Miraflores
Lima, Pérou
Tél. : (011-511) 444-4015
Fax : (011-511) 444-4347
<http://www.dfait-maeci.gc.ca/peru>
Courriel : lima.commerce@dfait-maeci.gc.ca

Hugues Rousseau
Ambassadeur

Guy Edmond Salesse
Conseiller (Commerce et économie)
Délégué commercial principal

Barbara Nadeau
Deuxième secrétaire (Affaires commerciales)
Déléguée commerciale

Marie-Josée Gingras
Déléguée commerciale
Bolivie, Équateur et Pérou
Direction de l'Amérique du Sud (LSR),
MAECI, Ottawa
Tél. : (613) 944-7062
Fax : (613) 943-8806
Courriel :
marie-josée.gingras@dfait-maeci.gc.ca

Canada

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : www.dfait-maeci.gc.ca
Service des délégués commerciaux du Canada : www.infoexport.gc.ca
Strategis, Industrie Canada : strategis.ic.gc.ca
Exportation et développement Canada : www.edc.ca
PCI de l'ACDI : www.acdi-cida.gc.ca/inc
Corporation commerciale canadienne : www.ccc.ca
Centre des occasions d'affaires internationales : www.coai.gc.ca
Programme de développement des marchés d'exportation : www.infoexport.gc.ca/programs-f.asp
Équipe Canada Inc : www.exportsource.gc.ca

Pérou

Gouvernement du Pérou : www.perugobierno.gob.pe
Ministère du commerce international et du tourisme : www.mincetur.gob.pe
Agence de promotion de l'investissement (ProInversión) : www.proinversion.gob.pe
Chambre de commerce Canada-Pérou : www.canadaperu.org
Commission de promotion du Pérou (PromPerú) : www.peru.org.pe
Communauté andine : www.comunidadandina.org
Journal Gestión : www.gestion.com.pe
Journal El Comercio : www.elcomercio.com.pe

Préparé par l'ambassade du Canada au Pérou et la Direction de l'Amérique du Sud



Les produits naturels et biologiques à l'honneur

En avril, le haut-commissariat du Canada à Londres a participé pour la troisième année à **Natural & Organic Products Europe 2003** (Produits naturels et biologiques Europe 2003) à Londres. Cette exposition de première importance pour le secteur des produits naturels au Royaume-Uni attire des visiteurs et des exposants de partout au monde.

Le Canada a de nouveau participé activement à l'exposition, où il a présenté une gamme de produits allant des cosmétiques et des articles de toilette aux jus de fruits purs, aux barres santé et aux pastilles pour la gorge à l'échinacée. C'était la première fois que le haut-commissariat présentait des produits et des brochures publicitaires envoyés par des entreprises canadiennes pour être exposés au pavillon du Canada. La présentation a donné de très bons résultats, tant pour les entreprises étrangères à la recherche de nouveaux fournisseurs que pour les participants canadiens, ce qui permet de croire que cette initiative pourrait devenir un aspect permanent du pavillon.

Produit canadien couronné de succès

L'une des entreprises canadiennes participantes, **Canus Lait de Chèvre**, a obtenu un prix dans la catégorie « meilleur nouveau produit non alimentaire » pour son beurre corporel onctueux et riche. Canus produit une variété de produits à base de lait de



De gauche à droite : MM. Rick Le blanc, André Beaugard, et Claude Beaugard de Canus, à l'exposition.

chèvre, notamment du savon, parfumé ou non, du savon liquide, de la lotion et du beurre corporel, du lait de bain moussant et une gamme de produits pour enfants. Misant sur les propriétés hydratantes et

régénérantes bien connues du lait de chèvre, Canus a commencé à vendre ses produits dans toute l'Amérique du Nord.

L'entreprise québécoise a été établie vers le milieu des années 90 par deux partenaires qui avaient été mis à contribution pour le développement d'une gamme de savons à base de lait de chèvre. Dans le cadre de ce projet, les deux associés se sont mis en rapport avec une coopérative de transformation de lait de chèvre, près de Montréal, qui a accès à plus de 2 500 chèvres. Leurs efforts ont donné lieu à la production d'une gamme complète de produits de luxe pour la peau à base de lait de chèvre. Les produits Canus font maintenant leur entrée sur le marché du Royaume-Uni et sont distribués par Tree of Life. On les trouve dans les magasins d'aliments naturels.

Pour plus de renseignements ou pour exposer à **Natural & Organic Products Europe 2004 (4-5 avril 2004)**, communiquer avec M^{me} Ros Burridge, courriel : ros.burridge@dfait-maeci.gc.ca ou M^{me} Michelle Gartland, courriel : michelle.gartland@dfait-maeci.gc.ca

On trouvera la liste des exposants et des participants canadiens à la présentation à www.infoexport.gc.ca/canadexport — rubrique « Foires et missions commerciales ».

La crème de la crème accourt à Paris

Le homard canadien au menu

C'est sous la présidence du ministre du Commerce international, M. Pierre Pettigrew, de l'ambassadeur du Canada en France, M. Raymond Chrétien, et en la présence du sous-ministre du Commerce international, M. Len Edwards, que s'est tenu, le 29 avril dernier à Paris, le lancement avec la presse française du « Menu Tout Homard du Canada », au restaurant Le Procope (le plus ancien café du monde, fondé en 1686).

Cette année marquait le 10^e anniversaire de la collaboration canadienne avec les Frères Blanc dans le cadre de Mois du homard canadien à Paris. Pour l'occasion, le chef Jean Soulard, du **Château Frontenac-Fairmont** de Québec, a présenté un délicieux Menu Tout Homard

du Canada, qu'il a lui-même concocté. Parmi les personnalités invitées présentes, citons : Diane Tell, chanteuse québécoise; Line Renaud, chanteuse française très connue au Canada; René Dupéré, compositeur du Cirque du Soleil; Jasmine Seite de Starmania; Marcella Maltis, peintre; Gabrielle Lazure, comédienne canadienne; et Momo Dridi, champion français du kick-boxing.

La présence de ces vedettes a été fort remarquée et n'a pas manqué de stimuler la venue de nombreux journalistes de journaux, revues et autres médias tels que le Figaroscope, le Figaro Madame, First Class, Gala, Ici Paris, ParisMatch, Le point, Point de Vue, TV Magazine, Télé 7 Jours, Valeurs Actuelles, Gourmands Associés, L'Express, L'AFP, Radio Canada, France 3, et Europe 1.



Au restaurant Le Procope à Paris (de gauche à droite) : le chef Jean Soulard; les chanteuses Diane Tell et Line Renaud; l'ambassadeur du Canada à Paris, M. Raymond Chrétien; et la comédienne Gabrielle Lazure.

Le Menu Tout Homard du Canada était offert, du 12 mai au 15 juin 2003, dans 9 brasseries parisiennes (Charlot, Le Petit Zinc, Le Procope, Brasserie Lorraine, Fermette Marbeuf, L'Appart, L'Alsace, Le Grand Café et Au Pied de Cochon) des Frères Blanc.

voir page 6 — Le homard

Progrès récents dans la lutte contre la corruption

Un pas de plus vers le commerce équitable

La corruption pèse lourd sur le commerce équitable à l'échelle internationale. En effet, il faut désormais compter la corruption comme un « bien d'usage » dans le commerce mondial. Or, cette pratique fausse les termes de l'échange. Il s'agit simplement (d'après une étude réalisée conjointement par le Centre Carter et la société PricewaterhouseCoopers) d'une « taxe cachée » sur le commerce. Les exportateurs canadiens se plaignent depuis longtemps d'être défavorisés à l'étranger devant des concurrents sans scrupules d'autres pays qui recourent à la corruption pour assurer la commercialisation de leurs produits. La bonne nouvelle, c'est que l'on s'emploie actuellement à mettre en place des règles du jeu équitables.

Lutter à l'étranger...

En 1999 entré en vigueur une convention de l'OCDE contre la corruption d'agents publics étrangers. Cette convention est aujourd'hui signée par les 30 pays membres de l'OCDE ainsi que par 5 autres pays non membres (l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Bulgarie et la Slovénie) qui y ont adhéré volontairement. La ratification de cette convention par le Canada s'est traduite par l'adoption d'une toute nouvelle loi fédérale — la Loi sur la corruption d'agents publics étrangers — qui criminalise la corruption d'agents publics étrangers. La ratification, par le Canada, de cette convention a notamment permis de dépasser le nombre de pays signataires requis pour que la Convention entre en vigueur. Depuis lors, la Convention a été ratifiée et mise en œuvre par la quasi-totalité des autres pays.

En 2000, le Canada, qui était déjà un pays signataire, a déposé son instrument de ratification de la Convention interaméricaine contre la corruption, un puissant traité de l'Organisation des États américains (OEA) qui impose à 28 pays des Amériques de créer, de maintenir et de renforcer des normes rigoureuses afin de lutter contre la corruption et de garantir l'inté-

grité de la fonction publique. Un mécanisme de suivi visant à évaluer l'application de la Convention a aussi été mis en place.

Les conventions de l'OCDE et de l'OEA constituent des progrès importants dans la lutte internationale contre la corruption. Les travaux de l'ONU concernant l'élaboration d'une convention mondiale anticorruption vont bon train — il s'agit là d'un grand pas en avant en seulement soixante années d'existence. On peut s'attendre à l'avenir à des mesures plus rigoureuses reflétant l'intolérance croissante à l'échelle internationale à l'égard du fléau qu'est la corruption.

... et lutter chez soi

Les exportateurs canadiens devraient bien sûr se réjouir de la mise en place de règles du jeu équitables pour tous à l'échelle internationale, mais ils ont aussi un important rôle à jouer à cet égard. En effet, avant d'exiger des autres qu'ils se conforment aux nouvelles conventions, il faut s'assurer qu'on s'y conforme soi-même. Les exportateurs canadiens devront donc accroître leur vigilance relativement aux gestes que posent leurs employés (en particulier leurs agents) qui font des affaires internationales. Une condamnation au criminel en vertu de la nouvelle loi canadienne serait une véritable

catastrophe aux proportions inimaginables pour l'avenir de n'importe quelle entreprise; même une poursuite ou de simples allégations nuiraient fort à la réputation de l'entreprise de l'exportateur.

Un second rôle pour les exportateurs canadiens — mais un rôle tout aussi important — est de ne pas hésiter à porter plainte contre les actes de corruption posés par des concurrents provenant de pays membres de l'OCDE ou de l'OEA auprès des autorités canadiennes pour qu'une intervention diplomatique puisse être envisagée. Il n'en résultera pas nécessairement des sanctions directes, mais le « tapage » que ces plaintes feront dissuaderont d'agir ceux qui donnent les pots-de-vin et ceux qui les acceptent.

Une bonne gestion interne et une diligence raisonnable de la part des exportateurs, par exemple au chapitre de la formation des employés et agents ainsi que de la mise en application, sont essentielles. De telles mesures ne seront pas perdues pour les tiers, c'est-à-dire les autres intervenants sur le marché. En effet, la perception et l'acceptation de l'instauration à l'échelle internationale d'un nouveau régime anticorruption gagneront du terrain, ce qui est essentiel à la mise en place de règles équitables. ✱

Article écrit par M. P. K. Pal, conseiller en déontologie et gestion des sociétés pour le cabinet d'avocats Flavell Kubrick LLP, à Ottawa. M. Pal donne de nombreuses conférences sur l'éthique et la gouvernance et siège au conseil d'administration de la section canadienne de l'organisme Transparency International.

Le homard canadien au menu

— suite de la page 5

Les partenaires associés aux Frères Blanc pour cette grande opération de lancement sont **Air Canada**, **Vacances Air Canada**, Agriculture et Agro-alimentaire Canada (AAC), la Commission canadienne du Tourisme, la **chaîne des Hôtels Fairmont**, et l'ambassade du Canada à Paris.

Un tel événement, hautement médiatisé auprès des consommateurs étrangers, est un formidable véhicule de promotion de l'excellence et de la qualité des produits canadiens. La preuve : plus de 700 tonnes de homard frais canadien sont expédiées vers la France chaque année. L'an dernier, le mois du homard dans ces 9 brasseries de haut de gamme en a écoulé plus de 10 tonnes.

Pour tout renseignement, communiquer avec M^{me} Lucie Tremblay, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33) 1-44-43-23-70, téléc. : (011-33)1-44-43-29-98, courriel : lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca internet : www.amb-canada.fr/ ✱

Salon santé à suivre en Arabie

JEDDAH, ARABIE SAOUDITE — 28 septembre-2 octobre 2003 — **Saudi HealthCare 2003** est une exposition commerciale et conférence internationale sur le thème des soins médicaux, des assurances, des soins dentaires, des produits pharmaceutiques, de l'équipement scientifique et du matériel de laboratoire qui est organisée en parallèle avec **Saudi Hospital**, la plus importante manifestation internationale en Arabie saoudite sur l'infrastructure, les fournitures et les accessoires non médicaux destinés aux hôpitaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Rasha Serry, agente de commerce, ambassade du Canada à Riyad, courriel : rasha.serry@dfait-maeci.gc.ca Les frais de participation peuvent être couverts en partie par le MAECI dans le cadre de son Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Pour plus de renseignements sur le PDME, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/pemd/menu-f.asp ✱

GROSSES BOUCHÉES EN ALLEMAGNE

COLOGNE, ALLEMAGNE — 11-15 octobre 2003 — Les entreprises canadiennes qui souhaitent tirer parti des débouchés qui s'offrent dans le secteur agroalimentaire pourront se joindre au pavillon du Canada au salon **ANUGA 2003**. En 2001, cette exposition a attiré plus de 188 000 acheteurs de 147 pays.

La participation canadienne à ANUGA 2003 sera organisée et gérée par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Les exposants bénéficieront d'un ensemble de services de grande qualité, dont des installations de télécommunications, des salles de réunion, de l'information commerciale et des renseignements sur le marché ainsi que des services de soutien sur place pour les activités de promotion.

Pour plus de renseignements et pour vous joindre au pavillon du Canada, communiquer avec M. Brian Bonner, agent des affaires internationales, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7642, téléc. : (613) 759-7506, courriel : bonnerb@agr.gc.ca internet pour s'inscrire : <http://ats.agr.ca/events/f3419.htm> ou www.anuga.com ✱

Expo pétrole et gaz naturel

ALMATY, KAZAKHSTAN — 7-10 octobre 2003 — Encouragées par le succès de l'an dernier, les autorités de l'ambassade du Canada à Almaty ont l'intention de monter un kiosque national plus grand à **KIOGE 2003**, l'exposition internationale du Kazakhstan sur le pétrole et le gaz naturel.

Le secteur pétrolier et gazier du Kazakhstan offre des débouchés considérables aux sociétés canadiennes spécialisées dans l'extraction, la transformation, le transport et le stockage du pétrole. Étant donné les caractéristiques particulières des formations pétrolifères au Kazakhstan (grande profondeur, pression, teneur en soufre), les entreprises canadiennes qui maîtrisent des technologies de forage ou de transformation y trouveront de bonnes occa-

sions d'affaires. Il existe aussi des possibilités intéressantes pour les entreprises canadiennes qui fabriquent de l'appareillage pour les champs pétrolifères et gaziers (p. ex., matériel de forage et matériel de tête de puits, arbres de Noël, robinets, pompes, outils de repêchage et compresseurs) et celles qui offrent des services d'ingénierie et de géophysique.

Les entreprises qui veulent s'inscrire comme co-exposant au kiosque du Canada, suivant une formule à frais partagés, sont invitées à communiquer avec les personnes ci-dessous, pour discuter des frais de participation et des services offerts aux exposants. L'attribution de l'espace se fait selon le principe du premier arrivé, premier servi. Les entreprises qui ne sont pas en mesure d'assister à l'événement pourront disposer

Une mission toute santé en Italie

BOLOGNE, ITALIE — 11-14 septembre 2003 — Le consulat général du Canada à Milan organise pour la deuxième année une mission groupant des fabricants canadiens de produits nutraceutiques, de produits de phytothérapie, d'intégrateurs de régime et de vitamines.

Cette mission se rendra à **SANA**, 15^e exposition internationale axée sur les produits naturels, la nutrition, la santé et l'environnement. Les entreprises canadiennes participantes auront l'occasion de présenter leurs produits et leurs documents publicitaires au pavillon du Canada et de rencontrer des exposants et des visiteurs italiens et internationaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Sandra Marchesi, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 6758-3351, téléc. : (011-39-02) 6758-3900, courriel : sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.it or www.sana.it ✱

leur matériel publicitaire dans le kiosque du Canada.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Michael Reshitnyk, délégué commercial, Direction de l'Europe de l'Est, MAECI, tél. : (613) 996-7701, courriel : michael.reshitnyk@dfait-maeci.gc.ca ou, à l'ambassade du Canada au Kazakhstan, avec M^{me} Sophie Bibeau, déléguée commerciale, courriel : sophie.bibeau@dfait-maeci.gc.ca ou M. Arthur Iralin, agent de commerce, courriel : arthur.iralin@dfait-maeci.gc.ca tél. : (011-7-3272) 501-151, téléc. : (011-7-3272) 582-493, internet : www.caspianworld.com ou www.iteca.kz ou www.ite-exhibitions.com/og/kioge/ ✱

Pour un aperçu du marché, consulter la version intégrale à www.infoexport.gc.ca/canadexport — rubrique « Foires et missions commerciales ».

Foires commerciales en Inde

MUMBAI, INDE — 21-22 septembre 2003 — **Globoil India** est une conférence et exposition internationale sur l'huile végétale, la nourriture, les ingrédients, les grains huileux et les services et industries dans ce domaine. C'est le plus grand événement visant l'huile comestible en Inde. **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M. Ram Gupta, conseiller commercial principal, haut-commissariat du Canada à New Delhi, tél. : **(011-91-11) 2687-6500**, téléc. : **(011-91-11) 2687-5387/**

6579, courriel : **ram.gupta@dfait-maeci.gc.ca**

NEW DELHI, INDE — 7-9 janvier 2004 — **IFE India**, une exposition internationale consacrée aux produits alimentaires, aux boissons et à l'accueil, aura lieu en janvier 2004 (plutôt qu'en septembre 2003). **Pour plus de renseignements**, communiquer avec M^{me} Anita Verma, gestionnaire de projet, ITE Group, téléc. : **(011-0091-11) 2981-9416**, courriel : **ite@nda.vsnl.net.in** ✳

Salon du livre en Italie — suite de la page 1

Le Canada était à l'honneur le mois dernier au **Salon international du livre de Turin**, l'une des plus importantes manifestations du genre en Europe. Cet honneur — et cette occasion de mieux faire connaître les écrivains et éditeurs canadiens — témoigne du succès considérable que remporte le développement des marchés d'exportation du livre canadien depuis vingt ans.

Depuis quelques années, plus de 200 écrivains canadiens ont vu leurs œuvres traduites en italien — un nombre remarquable compte tenu de la taille de la population canadienne — et 22 écrivains canadiens parmi les plus réputés, dont Yann Martel, Alistair Macleod et Gaétan Soucy, lauréats de prix internationaux, ont été invités à faire connaître leurs œuvres dans le cadre d'une campagne-éclair de promotion. Pendant cinq jours, ils ont tenu des points de presse, donné des conférences, participé à des débats et assisté à des lancements. Ils étaient accompagnés par un certain nombre d'éditeurs canadiens qui s'étaient rendus sur place pour vendre les droits de traduction de titres

canadiens en italien et pour explorer les débouchés qu'offre ce marché.

La présence canadienne à Turin a été hautement médiatisée en Italie, de grands quotidiens et hebdomadaires y ayant consacré divers articles et dossiers, et l'ouverture du pavillon du Canada s'est faite en présence de nombreuses caméras de télévision. Cette place d'honneur accordée au Canada ne favorise pas seulement nos écrivains et la vente de droits, elle contribue aussi à renforcer l'image du Canada à l'étranger comme pays caractérisé par la richesse et la diversité et réputé pour sa tradition d'excellence. Un tel honneur accroît le rayonnement du Canada et stimule encore plus les échanges commerciaux.

La présence canadienne — fruit de la collaboration entre le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), de Patrimoine canadien, du Conseil des arts du Canada et de l'**Association pour l'exportation du livre canadien** — était concentrée dans un imposant pavillon où étaient exposés plus de 300 titres canadiens. Par ailleurs, un fournisseur local de livres a indiqué que les affaires réalisées

L'Iraq — suite de la page 3

Avant la guerre du Golfe, l'Iraq était l'un des plus importants marchés du Canada au Moyen-Orient, le commerce bilatéral atteignant un sommet de plus de 375 millions de dollars en 1989. Bien que l'Iraq possède tout le potentiel nécessaire afin de redevenir un marché intéressant pour les entreprises canadiennes, des problèmes considérables restent encore à surmonter, à court comme à moyen terme, dont l'absence d'un gouvernement irakien, et des dettes importantes. Lorsque ces problèmes seront réglés, les entreprises canadiennes devraient pouvoir participer pleinement et sans entraves à la relance à long terme de l'Iraq.

Pour plus de renseignements sur la contribution du Canada, cliquer sur le **www.pm.gc.ca** et le **www.acdi-cida.gc.ca/irak**. Le Bureau de la coordination des affaires humanitaires des Nations Unies est l'organisme qui coordonne l'aide humanitaire internationale en Iraq.

Pour plus de renseignements concernant les possibilités commerciales offertes par les organismes onusiens d'aide humanitaire en Iraq, consulter IFInet : **www.infoexport.gc.ca/ifinet/un/agencies-f.htm**

Pour des renseignements généraux, communiquer avec la Direction du Moyen-Orient, MAECI, courriel : **gmr@dfait-maeci.gc.ca** téléc. : **(613) 944-7975**. ✳

lors de cette manifestation avaient largement dépassé ses espérances, ayant vendu plus de 2 500 livres d'auteurs canadiens.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Patrick Riel, MAECI, tél. : **(613) 995-1874**, courriel : **patrick.riel@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