

8
61926937

NON-CIRCULATING /
CONSULTER SUR PLACE

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

FEB 7 1994
FEV

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

CANADEXPORT

Vol.9 N°1

15 janvier 1991

Les légumes congelés Marché mondial en croissance

Selon une étude du Centre Français du Commerce Extérieur (CFCE), il ressort entre autres que le

Canada pourrait trouver d'avantage de débouchés pour ses légumes congelés à travers le monde.

Les données présentées dans l'étude intitulée *Le Marché des Légumes Surgelés dans le Monde*, publiée en 1988, indiquent que le marché des légumes congelés est loin de se restreindre aux Etats-Unis.

Le plus révélateur dans l'étude est que le nom du Canada, en tant qu'exportateur de légumes congelés, ne figure qu'auprès du Japon et des Etats-Unis.

L'étude souligne que la Communauté économique européenne (CEE) « constitue le premier marché à l'importation de légumes surgelés dans le monde avec plus de 500 000 tonnes importées en 1985 et 1986 » — les principaux pays importateurs de la CEE étant la RFA, la France et le Royaume-Uni.

Le Japon est bon deuxième après la RFA avec plus de 140 000 tonnes importées en 1986.

Les principaux légumes congelés (l'étude en exclut les pommes de terre) produits au Canada sont énumérés comme suit : les pois, le maïs doux, les haricots verts, les carottes, les choux de Bruxelles, les choux-fleurs, le brocoli, les haricots jaunes, et les autres légumes.

Si on prend tour à tour ces légumes congelés du Canada, voici les débouchés que l'on obtient selon l'étude :

les pois : le plus gros importateur est l'Italie (31 441 tonnes en 1987), suivie de la République fédérale allemande, RFA (20 303 t), de l'Espagne (17 836 t), du Royaume-Uni (8 019 t), de la Belgique (5 169 t) et de la France (qui, avec 4 977 t, s'approvisionnait presque ex-

« ...le marché des légumes congelés est loin de se restreindre aux États-Unis. »

clusivement auprès de l'Union économique belgo-luxembourgeoise, UEBL, et des Pays-Bas) — en importent également l'Irlande, le Danemark, la Grèce, le Portugal, la Norvège, la Suède et l'Autriche.

le maïs : le principal importateur est le Japon (29 301 t en 1986), pays vers lequel le Canada a exporté 109 t cette année-là, et la France (les principaux fournisseurs de ses 2 051 t en 1987 étaient Israël, 63 %, les Etats-Unis, 9 %, l'Espagne, 7 %, et l'Autriche, 2 %).

les haricots : le premier importateur en 1987 était le Royaume-Uni (16 142 t), suivi de la RFA (15 019 t), de la France (12 203 t, dont 63 % de l'UEBL et 28 % du Maroc), de la Belgique (6 833 t), des Pays-Bas (5 952 t) et d'autres pays tels l'Italie, l'Irlande, le Danemark, la Grèce, l'Espagne, la Norvège, la Suède et l'Autriche.

les carottes : vient en tête des importateurs le Royaume-Uni (8 375 t en 1987), puis la France (7 313 t, dont 74 % de l'UEBL et 14 % du Danemark) et l'Autriche (2 027 t).

les choux de Bruxelles : viennent

dans l'ordre la France (6 703 t en 1987, dont 94 % de l'UEBL et 4 % des Pays-Bas), les Pays-Bas (1 507 t), la Belgique (1 351 t) et l'Autriche (751 t).

les choux-fleurs : les Etats-Unis en ont importé pour 15 millions de dollars en 1987, la France 15 342 t (79 % de l'UEBL et 17 % de l'Espagne) et le Royaume-Uni 7 413 t.

le brocoli : les importations des Etats-Unis se sont élevées à 50 millions de dollars en 1987, la Suède en a importé 1 972 t en 1986 et l'Autriche 527 t en 1987.

les autres légumes : les Etats-Unis en ont importé pour 41 millions de dollars en 1987, la RFA en a acheté 125 219 t, la France 40 028 t (51 % de l'UEBL, 17 % de la RFA, 8 % des Pays-Bas et 7 % de l'Espagne), le Japon 35 748 t en 1986, les Pays-Bas 29 000 t en 1987, le Royaume-Uni 28 678 t, la Belgique 19 179 t, le Danemark 13 264 t — d'autres pays importateurs incluent l'Irlande, le Danemark, la Grèce, l'Espagne, le Portugal, la Norvège, la Suède, la Finlande, la Suisse et l'Autriche.

Parmi les autres pays qui achètent des légumes congelés, l'étude mentionne l'Australie et la Thaïlande.

Tout en indiquant les tendances à la consommation de légumes congelés dans divers pays — entre autres l'Italie et l'Espagne où leur dégustation est entrée en vogue plus tard qu'ailleurs pour atteindre jusqu'à 40 % du marché de tous les produits congelés — l'étude souligne que malgré les fluctuations du marché, « les ventes de légumes surgelés... devraient se stabiliser dans les années à venir dans les

(Voir page 2 : Légumes.)

DANS CE NUMÉRO

<i>L'industrie touristique au Mexique.....</i>	3
<i>Produits de la pêche en Suisse.....</i>	4
<i>Les normes européennes.....</i>	5
<i>Contrats décrochés.....</i>	7
<i>Calendrier/Publications.....</i>	8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Création proposée d'un conseil canadien sur l'exportation de produits de construction

Une étude a été lancée pour évaluer les besoins des industries de la construction en matière d'aide à la promotion des exportations. L'étude est effectuée conjointement par Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

Le Canada est très dynamique dans le domaine de la fabrication de matériaux de construction et est reconnu à l'échelle internationale pour son système de construction résidentielle de charpente en bois. Le gouvernement canadien et les organismes du secteur privé ont avec succès la promotion de l'adoption de techniques de construction au moyen de charpente en bois sur les marchés extérieurs depuis plus de 30 ans.

L'adoption des systèmes de charpente en bois a eu des répercussions importantes sur les exportations de produits du bois vers l'Europe et l'Asie. Toutefois, les exportations de matériaux de construction finis, y compris les fenêtres et les portes, l'ébénisterie, les planchers, les maisons préfabriquées et d'autres produits pour le bâtiment, la finition et la quincaillerie, ne sont pas aussi importantes que les exportations de marchandises.

Afin de remédier à ce déséquilibre et d'aider l'industrie de la fabrication de produits de construction à faire la promotion de ses produits sur les marchés extérieurs, on propose d'établir un conseil canadien sur l'exportation de

produits de construction.

L'étude annoncée évaluera — au moyen d'un questionnaire qui sera envoyé aux fabricants de matériaux de construction partout au Canada — dans quelle mesure l'industrie estime qu'il est nécessaire d'établir un conseil sur l'exportation.

En outre, l'étude examinera les coûts et les avantages respectifs, définira la mission et les objectifs du conseil sur l'exportation, précisera sa méthode de fonctionnement et ses activités promotionnelles, déterminera les sources de financement et proposera un plan financier quinquennal.

En raison de la mondialisation des marchés, on estime que les fabricants canadiens de produits de construction devront de plus en plus s'axer sur l'exportation afin de demeurer efficaces et concurrentiels pour exploiter les nouvelles possibilités économiques. Le marché extérieur de produits de construction devenant de plus en plus concurrentiel, il se peut que les fabricants intérieurs aient besoin d'initiatives coordonnées ainsi que d'aide du secteur public en ce qui concerne ces activités.

La croissance future de l'emploi, les revenus de la balance des paiements et l'augmentation de la productivité dans l'industrie des matériaux de construction pourraient bien dépendre de l'accroissement de la valeur ajoutée canadienne aux exportations de charpente de bois pour les maisons et la construc-

tion en général.

En raison de l'allure du développement de marchés internationaux en Europe, dans la région du Pacifique, aux États-Unis, et de la libéralisation du commerce découlant des négociations actuelles dans le cadre de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), le moment est propice pour établir un conseil canadien sur l'exportation des produits de construction.

Les fabricants canadiens de produits de construction qui voudraient recevoir un exemplaire du questionnaire ou de plus amples renseignements sur la portée et les objectifs du Conseil, devraient communiquer avec M. Murray Hardie, agent commercial supérieur, Direction générale de la transformation des richesses naturelles, ISTC, Ottawa. Tél. : (613) 954-3037. Télécopieur : (613)954-3209.

Ou communiquer avec John Lang, Direction des ressources naturelles et produits chimiques (TAR) d'AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-3436. Télécopieur : (613) 995-8384.

Légumes congelés—

(Suite de la première page.)

principaux pays consommateurs. »

Les pays recensés par l'étude comprennent les 12 de la CEE, 8 autres pays européens en dehors de la CEE, et 9 pays hors l'Europe.

Pour tout renseignement sur l'étude (elle n'est pas disponible auprès d'Info-Export à l'AECEC) ou pour en commander un exemplaire, s'adresser à la Librairie du Commerce International, 10, av. d'Iéna, Paris 16e. BP 438-75233 Paris CEDEX 05. Tél. : (1)45.05.34.60. Télécopieur : (1) 43.36.47.98.

Pour d'autres renseignements sur les débouchés canadiens pour légumes congelés, communiquer avec Suzanne Lalonde, Direction des produits agro-alimentaires (TAA), AECEC. Tél. : (613) 996-3597. Télécopieur : (613) 995-8384.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef :

René-François Désamoré

Rédacteur en chef adjoint :

Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy

et Mai Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : (613) 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2.
ISSN 0823-3330

Libéralisation et débouchés dans l'industrie touristique au Mexique

L'étude intitulée *Étude du marché mexicain des équipements touristiques et de l'équipement d'hôtellerie et de restaurant*, préparée par l'ambassade du Canada à Mexico, indique clairement que les exportateurs canadiens ne tirent pas suffisamment parti d'un marché qui pourrait rapporter des millions de dollars.

Le guide donne les conseils suivants : « Les exportateurs canadiens devraient participer aux foires commerciales tenues au Mexique et envisager la possibilité de conclure des accords d'entreprise conjointe ou d'octroi de licences pour percer sur le marché mexicain. »

Ce conseil s'adresse aussi aux entreprises d'experts-conseils, surtout celles spécialisées dans la conception, le contrôle de la qualité et le lancement de nouveaux produits.

Ceci dit, le « processus de libéralisation du commerce » signifie que :

- les permis d'importation seront éliminés sur tous les 11 960 postes tarifaires à l'exception de 325 dans le cadre du Système harmonisé récemment adopté;
- les prix officiels à l'importation ne s'appliquent plus;
- en ce qui concerne les droits à l'importation, le maximum, qui était de 100 %, est devenu 20 %.

Tous ces changements sont de bon augure pour les exportateurs canadiens sur le marché du matériel et des services dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration au Mexique — « l'une des priorités du gouvernement et une industrie qui génère d'énormes revenus et qui croît constamment ».

Cette croissance est avantageuse pour le Canada, pays qui, traditionnellement, entretient des relations commerciales très étroites avec le Mexique.

En 1989, le commerce entre le Mexique et le Canada a atteint 2,3 milliards de dollars CAN répartis de la manière suivante : des produits et services exportés au Mexique d'une valeur de 306 millions de dollars CAN; des importations du Mexique d'une valeur de 1,7 milliards de dollars CAN.

Selon des chiffres établis par le Mexique, en 1989, 1,9 % des importations de ce pays provenaient du Canada,

alors que 1,3 % de ses exportations étaient destinées au Canada. Par conséquent, le Canada occupe la cinquième place parmi les pays qui exportent au Mexique et la sixième place parmi ceux qui importent de celui-ci.

Pour ce qui est du matériel et des fournitures dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration, la consommation totale du Mexique en 1989 a atteint 131,7 millions de dollars, une augmentation de 17 % par rapport à celle de l'année précédente. Cela est dû aux politiques de libéralisation du commerce mises en application par le Mexique.

Dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration, on prévoit que la demande totale de matériel et de fournitures enregistrera, entre 1990 et 1992, une croissance annuelle de 8 % — à la suite d'investissements importants dans le secteur du tourisme.

« Les importations continueront à croître à une allure plus rapide que la production intérieure en raison de la facilité relative avec laquelle les produits étrangers peuvent être maintenant importés, de leur qualité supérieure et de leur compétitivité par rapport aux produits locaux dans les domaines de la haute technologie et des produits nouveaux. »

Selon des estimations de l'industrie, le total des investissements dans le matériel destiné aux hôtels et aux restaurants pendant les cinq prochaines années devra être de l'ordre de 800 millions de dollars, 10 000 chambres d'hôtel étant construites annuellement, pour atteindre le but fixé par l'administration actuelle qui consiste à disposer de 50 000 chambres supplémentaires d'ici à 1995.

D'après cette source, chaque chambre d'hôtel des catégories de la haute classe (4 étoiles et plus) représente des coûts de construction moyens de 63 600 \$ — dont 35 % sont des meubles et des fournitures de chambres.

Selon des statistiques du Mexique, la part du marché d'importation qu'accapare le Canada en ce qui a trait au matériel d'hôtel et de restaurant est passée de 1,2 % en 1988 à 2,2 % en 1989. Les exportations canadiennes ont augmenté régulièrement de

1,8 million de dollars en 1987 à 2,9 millions de dollars en 1989. Le matériel étranger qui peut se vendre le mieux comprend les articles suivants : la porcelaine d'hôtel, les articles de table en céramique, la coutellerie, les machines de fabrication de glace, les machines de fabrication de café et de thé, les lave-vaisselles, les distributeurs automatiques, les balances, les fours de boulangerie, les fours à micro-ondes, les installations sanitaires, les ensembles d'articles de table, les verres en cristal, les draps et les nappes en fibres synthétiques, les serviettes, les couvertures et les édredons, le tapis pour hôtels, les articles de cuisine, les meubles de cuisine en acier inoxydable, les meubles de chambre à coucher en bois, les climatiseurs de fenêtre et de mur, les réfrigérateurs et les congélateurs commerciaux, les purificateurs d'eau, les grille-pain, le matériel de cuisson à gaz, les machines à laver, les aspirateurs, les logiciels pour la gestion des hôtels et des restaurants ainsi que le matériel de télécommunication.

Le Mexique compte pour 2,1 % du total du revenu mondial dans le domaine du tourisme et occupe la neuvième place au monde comme destination touristique. En 1991, il s'attend à recevoir plus de 7,5 millions de visiteurs, ce qui produira un revenu de 3,6 milliards de dollars.

L'industrie hôtelière du pays occupe le huitième rang à l'échelle mondiale en ce qui concerne le nombre de chambres. Actuellement, elle consiste en 7 971 hôtels et motels inscrits, qui offrent 321 975 chambres. On s'attend à ce que l'industrie, entièrement soutenue par le gouvernement mexicain, croisse de 3 à 4 % annuellement au cours des quatre prochaines années.

« L'administration du président Salinas a défini le tourisme comme la source la plus prometteuse de croissance économique et a établi un objectif quinquennal consistant à presque doubler le nombre de touristes jusqu'à 10 millions par an, d'ici à 1994, le revenu total étant de 5 milliards de dollars. »

Les hôtels qui offrent aux exportateurs étrangers les meilleures possibilités d'exportation sont ceux appartenant aux

(Voir page 4 : L'industrie.)

Marché prometteur pour les produits de la pêche en Suisse

Pour ce qui est du poisson et des fruits de mer, la Suisse dépend grandement des importations, le Canada étant l'un de ses principaux fournisseurs.

En 1989, la Suisse a importé 47 626 tonnes de poissons et de fruits de mer, évalués à 459 millions de dollars CAN. De ce montant, 41 millions de dollars (9 % de l'ensemble des importations de la Suisse) ont été importés du Canada.

De bonnes possibilités continuent à exister pour ce qui est du saumon canadien congelé du Pacifique et de l'Atlantique, sauvage et d'élevage. D'ailleurs, 60 % du saumon utilisé par les fumoirs suisses proviennent du Canada. Un marché traditionnel existe aussi pour les filets de perche congelés, dont 62 % proviennent du Canada, et il y a un marché croissant — le Canada accapare 23 % du marché — pour les filets de perche frais. Bien que le marché suisse pour les homards soit relativement petit, il augmente, avec en moyenne 71 tonnes, soit 33 %, provenant du Canada. De bonnes possibilités d'exportation existent aussi pour la morue canadienne congelée, les crevettes congelées et mises en conserve ainsi que le saumon en conserve.

Accès au marché

La plupart des espèces de poissons sont importées, exemptes de droits, par

des importateurs autorisés dont les produits font l'objet d'un contrôle vétérinaire. Les cargaisons doivent aussi être accompagnées d'un certificat de salubrité, sinon elles sont retournées. Il incombe à l'importateur suisse d'informer l'exportateur canadien des règlements et des formalités d'importation en vigueur.

Manifestations de promotion commerciale

La plupart des importateurs suisses visitent régulièrement des foires commerciales internationales telles que SIAL à Paris (France), et ANUGA à Cologne (Allemagne). En novembre 1991, l'ambassade du Canada à Bâle participera de nouveau — avec un kiosque d'information — à IGEHO, le salon international de l'approvisionnement industriel et institutionnel, des hôtels et des restaurants.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Werner Naef, agent commercial, ambassade du Canada, Kirchenfeldstrasse 88, CH-3005 Berne/Suisse. Tél. : 31/44 63 81. Télécopieur : 31/44 73 15.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Werner Naef, agent commercial, ambassade du Canada, Kirchenfeldstrasse 88, CH-3005 Berne/Suisse. Tél. : 31/44 63 81. Télécopieur : 31/44 73 15.

Le Venezuela allège sa politique d'importation de produits agricoles

Bonnes nouvelles pour nos exportateurs : le Venezuela a aboli toutes les interdictions à l'importation de produits agricoles.

Mieux : toutes les exigences visant les licences d'importation sont supprimées, excepté pour le blé, le maïs, le sucre, le lait, les provendes et les graines oléagineuses.

Pour certains produits, soit le poisson (y compris le saumon, la morue et le homard), les pommes et la plupart des aliments transformés, les licences vénézuéliennes ne sont plus exigées.

En 1989, le Canada a exporté au Venezuela pour plus de 150 millions de dollars de marchandises, et cela malgré les interdictions et les exigences en vigueur jusqu'ici.

Nouvel attrait pour nos exportateurs de produits agricoles : la signature prochaine, par nos deux pays, de l'Accord mixte du Comité de l'agriculture. Cet accord offrira de nouvelles perspectives à nos experts agricoles, grâce à une série de colloques sur le marché vénézuélien, et enrichira de données essentielles notre connaissance de ses débouchés.

Avec ses 18,5 millions d'habitants et son taux de croissance économique évalué à 5,7 % en 1989, ce pays offre d'excellents débouchés à nos exportateurs; il a d'ailleurs importé, l'année dernière, pour près de 19 milliards de dollars US de marchandises, dont 13,5 % de produits alimentaires.

Pour obtenir d'autres renseignements sur les débouchés du marché vénézuélien, communiquer, à AECEC, avec : Jeremy Pallant, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud et au Mexique. Tél. : (613) 995-8804. Télécopieur : (613) 996-0677.

L'industrie touristique du Mexique—

(Suite de la page 3.)

catégories suivantes : classe spéciale, grand tourisme, cinq et quatre étoiles. Ce sont ceux qui desservent les touristes étrangers et les touristes locaux riches. Ce sont aussi ceux qui renouvellent le plus souvent leurs fournitures et qui achètent le plus de matériel neuf.

La nouvelle loi visant à promouvoir les investissements mexicains et à réglementer les investissements étrangers — adoptée en mai 1989 — élimine les formalités encombrantes et facilite beaucoup l'établissement de nouvelles entreprises au Mexique. Elle permet aussi les investissements étrangers allant jusqu'à 100 % dans le domaine du

tourisme, alors qu'auparavant la limite était de 49 %. Pour atteindre les objectifs du Mexique pour 1994 — dont certains comprennent 50 000 chambres d'hôtel supplémentaires et 100 000 lits supplémentaires — il faudra un investissement total de 4,5 milliards de dollars. C'est un marché sur lequel les entreprises canadiennes devraient percer.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces débouchés commerciaux au Mexique, communiquer avec Gil Rishchynski, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud (LST), AECEC. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 996-0677.

L'harmonisation des normes européennes

Afin d'avoir accès au Marché commun européen, les entreprises canadiennes devraient étudier avec soin la liste de contrôle suivante. Elles doivent

- se tenir au courant des nouveaux règlements techniques européens;
- évaluer les risques et les avantages que représentent les normes européennes pour leur secteur;
- influencer le processus d'établissement des normes pour que celles-ci reflètent leurs intérêts;
- envisager l'adoption d'un programme d'assurance de la qualité et encourager la conclusion d'ententes sur les essais aux niveaux politique et industriel.

Ces conseils faisaient partie des renseignements transmis à 150 gens d'affaires lors du premier colloque offert dans le cadre d'une série sur les normes et l'Europe de 1992, qui s'est tenu le mois passé à Toronto.

Le conférencier invité au colloque était M. Roger Brockway, membre du Service de la normalisation et de la certification, Commission de la Communauté européenne.

« Une norme est une entente qui vise à faciliter le commerce et à permettre de parler le même langage, » a dit M. Brockway.

La Communauté européenne (CE) avec ses douze États membres et ses neuf groupes linguistiques principaux doit s'occuper de cet héritage complexe si elle veut harmoniser les normes et éliminer les obstacles techniques au commerce à l'intérieur et à l'extérieur de la CE. Il y a trois genres d'obstacles : les règlements techniques régissant la santé, la sécurité et l'environnement; les normes, obligatoires et facultatives; l'essai et la certification.

Règlements techniques

D'après M. Brockway, les tentatives d'harmoniser les règlements des États membres en ce qui concerne la santé, la sécurité et l'environnement ont été extrêmement lentes jusqu'à l'adoption, par la Commission, de la Nouvelle approche.

Dans le cadre de la Nouvelle approche, la Commission émet une directive pour un certain produit et établit les exigences essentielles que les produits doivent satisfaire afin de circuler librement dans la CE.

Selon M. Brockway, il y a jusqu'à présent des directives en cours d'élaboration et d'autres déjà établies pour ce qui est des éléments suivants : la sécurité des jouets, les contenants sous pression, le matériel de construction, la compatibilité électromagnétique, la sécurité des machines, le matériel de protection individuel, les balances non automatiques, les dispositifs médicaux intracorporels, les appareils au gaz et les terminaux de télécommunication.

M. Roger Hill, président de Hill Sloan Associates Inc., a souligné que les entreprises canadiennes devraient vérifier si leurs produits sont visés par les nouvelles directives techniques, évaluer les risques et les avantages, et influencer directement ou indirectement le processus d'établissement des normes à leur avantage, lorsque cela est possible.

Normes obligatoires et facultatives

Dans le cadre de la Nouvelle approche, les législateurs européens n'établissent pas les exigences techniques précises nécessaires pour satisfaire la Directive; ils n'énumèrent que les exigences essentielles. Les organismes de normalisation européens, le CEN (Comité européen de normalisation), le CENELEC (Comité européen de normalisation électrotechnique) et l'ETSI (European Telecommunications Standards Institute), produisent des solutions qui seront considérées comme satisfaisant ces exigences, a dit M. Brockway.

Afin d'harmoniser les normes industrielles facultatives, le Livre vert de la Commission sur les normes propose aussi la création d'un conseil européen unique sur les normes qui rapprocherait l'industrie européenne au niveau européen, selon M. Brockway.

Il a dit que cela remplacerait le système actuel où les normes facultatives sont établies au niveau national puis font l'objet de discussions au niveau européen.

Au Canada, il existe déjà un organisme-cadre de normes qui tente de coordonner les normes facultatives et obligatoires : le Conseil canadien des normes (CCN).

Mme Diane C. Thompson, gestionnaire, Division de l'information, CCN,

explique que bien que les pays qui ne sont pas membres de la CE ne puissent pas participer aux comités techniques de CEN et du CENELEC, le CCN peut aider les entreprises canadiennes à obtenir les ébauches des normes européennes pour les examiner, donner leur opinion sur ces normes, acheter des normes européennes publiées et obtenir des renseignements sur les normes européennes, les règlements techniques et les procédures de certification.

Essai et certification

M. Brockway indique que le domaine de l'essai et de la certification est le plus complexe et le plus confus des trois obstacles techniques au commerce avec l'Europe. Il a souligné que l'Organisation européenne pour la certification et les essais sera créée en vue d'harmoniser les procédures relatives aux normes obligatoires et facultatives.

Il prévoit que la Commission de la CE sera chargée, d'ici le milieu de l'année 1991, d'entamer avec le Canada des discussions qui aboutiront à la reconnaissance mutuelle des procédures d'essai et de certification.

Les deux éléments dont il faudrait tenir compte dans le cadre de telles négociations entre gouvernements sont les suivants :

1. La Commission doit être convaincue que les procédures des pays non membres de la CE sont au moins aussi bonnes que les siennes.
2. Il faut qu'il y ait un équilibre de base des intérêts, c'est-à-dire que les intérêts européens dans ce secteur doivent être traités sur un pied d'égalité lorsqu'on tente de les introduire dans un pays tiers.

Dans le domaine de l'essai en ce qui concerne le respect des exigences essentielles obligatoires, la Commission a établi une approche modulaire dans le cadre de laquelle des critères de plus en plus rigoureux sont appliqués selon le groupe de produits.

Lorsque les exigences essentielles sont satisfaites, on peut apposer la marque "CE" qui permet la circulation libre des produits partout dans la CE.

M. John Kean, président de l'Association canadienne de normalisation,

(Voir page 6 : L'Europe de 1992.)

Les denrées alimentaires canadiennes se vendent toujours bien au R.-U.

En 1988, la valeur au détail des denrées alimentaires vendues au Royaume-Uni s'est élevée à 39 milliards de livres (£).

Cinq groupes de supermarchés (Tesco, Sainsbury, ASDA, Argyll/Safeway et Gateway) enregistrent 60 % des ventes totales d'aliments au Royaume-Uni. Grâce à leur concentration, ces entreprises sont en mesure de dominer l'élaboration de nouveaux produits et d'influer sur celui-ci ainsi que d'introduire un nombre de plus en plus important de marques-maison.

La plupart des denrées alimentaires importées sont vendues et distribuées par des agents ou des représentants qui sont responsables de tous les aspects de la commercialisation et des techniques marchandes, ainsi que des dispositions en matière d'importation du produit.

En général, il est préférable pour les entreprises de ne pas faire affaire directement avec les chaînes de supermarchés. Comme ils sont sur place, les agents ou les représentants sont en bonne position pour régler les problèmes qui surgissent et ils ont l'habitude de négocier avec les acheteurs des supermarchés.

Les détaillants reconnaissent que les consommateurs sont plus conscients de la nécessité d'améliorer la qualité de leur alimentation. Ainsi, moins d'additifs et d'essences artificielles sont utilisés. Deux des plus importants détaillants alimentaires (Tesco et Sainsbury) indiquent des renseignements de diététique sur nombre de leurs produits.

Les aliments réfrigérés, perçus comme étant plus frais et naturels, ont connu une popularité sans cesse grandissante

au cours des cinq dernières années. En 1988, le marché des aliments réfrigérés était évalué à 4,5 milliards de £.

44 % des ménages possèdent un four micro-ondes, 47 % un réfrigérateur/congélateur, et 38 % un congélateur en plus de leur réfrigérateur. En 1987, les dépenses en aliments ont représenté 13,3 % des revenus bruts des ménages.

Importations canadiennes

Les denrées alimentaires canadiennes qui connaissent le plus de succès au Royaume-Uni sont le miel, le sirop d'érable, les fruits en conserve, le fromage cheddar et le maïs sucré.

Activités de promotion commerciale

L'«International Food and Drink Exhibition» (IFE) a lieu tous les deux ans à Londres. Il s'agit du plus grand salon alimentaire du Royaume-Uni; le Canada y tient un kiosque de façon régulière.

Sources de renseignements

Division commerciale et économique
Haut-Commissariat du Canada
1, Grosvenor Square, London W1X OAB
Tél. : 071-629 9492

Télécopieur : 071-409-1473

Télex : 261592 CDALDN G

Food and Drink Federation
6, Catherine Street, London WC2B 5JJ

British Frozen Food Federation
Honeypot Lane, Colsterworth, Grantham
Lincolnshire NG33 5LX

The Delicatessen and Fine Foods Association,
6, The Broadway, Thatcham
Berkshire

British Association of Canned and Preserved
Food Importers and Distributors
15-16, Dufferin Street, London EC1Y 8PD

Invitation à deux foires en Amérique latine et dans les Antilles

Panama/San Juan — Il reste encore de la place pour des entreprises canadiennes qui voudraient participer à deux foires commerciales en Amérique latine et dans les Antilles, dans les pavillons parrainés par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

EXPOCOMER'91, à laquelle le Canada participe pour la sixième année consécutive, se tiendra à Panama du 6 au 19 mars. Cette foire commerciale internationale attire des entreprises de produits alimentaires, des firmes de construction et de quincaillerie, des fabricants d'accessoires automobiles, des fournisseurs de produits d'informatique et de bureau, ainsi que des entreprises de télécommunication et de soins de santé et d'hygiène.

Par ailleurs, la **19th Annual Food and Foodservices Equipment Trade Show (19^e Foire commerciale annuelle de matériel de produits et de services alimentaires)**, à laquelle le Canada participera pour la sixième fois, se tiendra du 13 au 15 avril à San Juan, Porto Rico.

Axé principalement sur le marché de Porto Rico — qui génère des ventes annuelles de plus de 4,5 milliards de dollars, dont 85 % représentent des produits importés — le salon attire aussi des acheteurs et des représentants éventuels de tous les coins des Antilles.

Pour plus de renseignements sur ces deux foires, communiquer avec Jon Dundon, Secteur de l'Amérique latine et des Antilles - Foires et Missions (LCTF), AECEC. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 996-0677.

L'Europe de 1992 : Les normes européennes —

(Suite de la page 5.)

souligne l'importance croissante de la série 9000 de l'Assurance de la qualité de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) pour les firmes qui désirent satisfaire aux exigences d'essai et de certification européennes.

Pour obtenir de plus amples renseigne-

ments sur l'Europe de 1992 et les dates des prochains colloques sur le processus de normalisation européen, communiquer avec la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne (REM), AECEC. Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

Pour plus de renseignements sur les normes européennes, communiquer avec le Conseil canadien des normes, Division de l'information, 350, rue Sparks, Ottawa K1P 6N7. Tél. : (613) 238-3222 ou appel sans frais : 1-800-267-8220. Télécopieur : (613) 995-4564.

Conair Aviation Limited, Abbotsford, a obtenu un contrat de 997 000 \$ US visant la fourniture de pièces de rechange pour le système modulaire de pulvérisation aérienne des avions C-130 de la U.S. Air Force.

Exodus Holstein, Hickson et John M. Walker Farms Ltd., d'Aylmer, ont vendu du bétail d'élevage Holstein à l'exploitation laitière mexicaine Maria Estela Espada I. de Munoz. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) accepte de prêter jusqu'à 313 000 \$ US à l'acheteur, dans le cadre d'une ligne de crédit de 15 M \$ (millions de dollars) établie avec la Banco Nacional de Comercio Exterior.

Fujima International Inc., Brampton, a obtenu un contrat portant sur la fourniture de matrices à estampage à la Première usine de construction automobile de Changchun (Chine). La SEE prêtera jusqu'à 5,3 M \$ à la Chine pour appuyer cette transaction.

GN Corporations, de Calgary, a vendu des accessoires et des raccords de couplage rapides pour tuyaux de caoutchouc, destinés au transport et à la distribution de pétrole à la société mexicaine Petroleos Mexicanos (PEMEX). Pour appuyer cette vente, la SEE affectera 66 385 \$ US de sa ligne de crédit de 10 M \$ US accordée à la PEMEX.

Hawker Siddeley Canada Inc., division d'Orenda, Mississauga, a obtenu deux contrats totalisant 3,2 M \$ US pour fabriquer et fournir des éléments de moteur à réaction à la U.S. Air Force.

Industrial Combustion and Equipment Ltd., de Dorval, a obtenu un contrat portant sur la vente d'éléments de four à la société sidérurgique mexicaine Deacera S.A., de C.V. La SEE prêtera jusqu'à 707 300 \$ US pour faciliter la transaction.

L'Eau Claire Systems (Canada) Inc., de Montréal; **Barber Industries Ltd.**, de Calgary; et **GACO Systems Ltd.**, de Brantford, ont obtenu des contrats portant sur la fourniture d'équipements destinés au projet d'exploitation pétro-

lière de Takula, situé au large de l'Angola. La SEE prêtera jusqu'à 2,8 M \$ US à l'acheteur, Cabinda Gulf Oil Co. Ltd., qui construit actuellement trois plateformes dans l'enclave de Cabinda.

Lockheed Canada Inc., Ottawa, a obtenu quatre contrats d'une valeur totale de 4,2 M \$ US pour la fourniture, à l'Armée américaine, des pièces de rechange pour son système de défense aérienne Vulcan amélioré (PIVADS).

MacDonald Dettwiler Technologies Ltd., Richmond, a obtenu un contrat de

Banque Algérienne de Développement.

Prevost Car Inc., Sainte-Claire, a vendu trois autocars long courrier Mirage à sa filiale BAT Finance Inc., de Lyndhurst (New Jersey). Les autocars seront loués à Deluxe Express Services Inc., d'Oakland (Californie). La SEE prêtera jusqu'à 650 000 \$ US à l'acheteur, dans le cadre d'une ligne de crédit de 5 M \$ US établie en juin 1990 avec BAT Finance Inc.

Sangamo, division électrique de Schlumberger Canada Limitée, Toronto, fournira des compteurs électriques polyphases au service public mexicain chargé de la distribution du courant électrique, la Comision Federal de Electricidad

(CFE). Il s'agit de la troisième vente effectuée par Sangamo à la CFE. La SEE prêtera jusqu'à 427 180 \$ US à l'acheteur.

Schultz International Limited, Vancouver, en consortium, a obtenu un contrat de 425 000 \$ de la Electricity Generating Authority of Thailand pour étudier les conséquences possibles de la pluie acide dans la partie nord de la Thaïlande.

Sparton of Canada Ltd., de London, a obtenu un contrat de 1 943 026 \$ pour fabriquer et fournir, à la U.S. Navy, des émetteurs bathythermographiques et des conteneurs de lanceur conçus pour la détection sous-marine des sous-marins.

Spectrocan Engineering Inc., d'Ottawa, a obtenu un contrat de 13 M \$ US portant sur la vente d'un système de gestion et de surveillance des hautes fréquences au ministère des Télécommunications de la Malaisie. Le contrat prévoit également la formation d'un personnel en Malaisie et au Canada.

Westinghouse Canada Inc., de Hamilton, fournira 25 protecteurs de réseau et des pièces de rechange à la Mexican Comision Federal de Electricidad (CFE). La SEE prêtera à l'acheteur 500 000 \$ US, dans le cadre d'une ligne de crédit de 15 M \$ US établie entre la SEE et la CFE.

Contrats décrochés

L'Institut national aérospatial d'Indonésie pour la modernisation d'une station au sol de télécommunication par satellite. La SEE prêtera jusqu'à concurrence de 24 998 000 \$ à la République d'Indonésie pour appuyer l'achat.

Mobile Data International, de Richmond, a obtenu un contrat de 5,6 M \$ US de la Deutsche Bundespost Telekom, en vue de fournir à l'Allemagne son premier réseau public de transmission de données sans fil.

Northern Telecom Canada Ltd. (NTCL), Mississauga, fournit actuellement des équipements et des services techniques dans le cadre d'un contrat portant sur un réseau de radiotéléphones cellulaires à Mexico. La SEE prêtera jusqu'à 16,8 M \$ US pour faciliter la transaction. L'acheteur est Industrias Unidas, S.A. NTCL fournira également un réseau de radiotéléphones cellulaires mobiles à la Barbados Telephone Company Limited (BARTEL). La transaction est financée, jusqu'à concurrence de 1,7 M \$ US, dans le cadre d'une ligne de crédit de 13 M \$ US établie par la SEE avec Bartel.

Northern Telecom International Ltée, Mississauga, a obtenu un contrat pour la vente d'équipement téléphonique à l'Algérie. La SEE prêtera jusqu'à 528 000 \$ à l'acheteur, affectés sur la ligne de crédit de 50 M \$ US établie avec la

AU CALENDRIER

Toronto — 27-29 janvier — Mode Accessories International Expo '91 — Salon international de l'industrie des accessoires de mode. Communiquer avec Alice Chee ou Ann Dutchburn, Two Plus One Group Inc. Tél. : (416) 977-7688. Télécopieur : (416) 977-7065.

Montréal — 28 janvier au 1^{er} février — EXFOR '91 : la plus grande exposition d'équipement de l'industrie des pâtes et papiers du monde. Organisé par l'Association canadienne des producteurs de pâtes et papiers (ACPPP). Communiquer avec Wayne Novak ou Louise Roy, ACPPT. Tél. : (514) 866-6621. Télécopieur : (514) 866-3035.

Halifax — 31 janvier — Colloque : Comment profiter d'une foire commerciale. Communiquer avec Mary-Ann Everett, Industrie, Science et Technologie Canada (ISTC). Tél. : (902) 426-7259. Télécopieur : (902) 426-2624.

Halifax — 3-5 février — Salon de l'artisanat des provinces de l'Atlantique. Communiquer avec Peter Giffin, At-

lantic Crafts Trade Association. Tél. : (902) 424-4212. Télécopieur : (902) 424-5739.

Ottawa — 4-5 février; **Toronto** — 11-12 février; 18-19 mars; et 17-18 avril — Make your Breakthrough in Business Planning. Ce colloque, qui vise les cadres responsables de la planification, démontrera aux participants l'importance d'un bon plan d'affaires — et comment dresser un plan qui répondra aux exigences du monde moderne. Pour inscription (les frais sont de 895 \$ + TPS), communiquer avec Janice White, Centre for Executive Development, Toronto. Tél. : (416) 594-9250. Télécopieur : (416) 364-2875.

Vancouver — 6-10 février — Salon nautique international de Vancouver. Communiquer avec Jim Carslake, The Sportsmen's Shows. Tél. : (604) 291-6651. Télécopieur : (604) 291-0412.

Halifax — 8-10 février — Maritime Woodworking World Show (Salon international du bois des Maritimes).

Communiquer avec Ellen Engel, CDI Productions. Tél. : (603) 536-3768. Télécopieur : (603) 536-1233.

Toronto — 11 février — L'Australie et la Nouvelle-Zélande : partenaires stratégiques dans le Pacifique. Ce colloque vise à souligner les débouchés qu'offre cette région du Pacifique, qui se classe actuellement huitième au rang des marchés d'exportation de l'Ontario. Organisé par le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario. Des rencontres individuelles avec des représentants du New Zealand Trade Development Board, de l'Austrade, de l'AECEC ainsi que de l'Association des manufacturiers canadiens sont prévues pour l'après-midi. Communiquer avec Valerie Fountain, Bureau de l'Asie-Pacifique, MICT, Toronto. Tél. : (416) 965-2617. Télécopieur : (416) 963-1526.

Ottawa — 11-12 février — CSOE '91 : Exposition canadienne de la construction navale et de l'offshore. Tenue conjointement avec la 43^e Conférence technique annuelle de l'Association canadienne des industries maritimes (ACIM). Communiquer avec Joy MacPherson, Directeur, ACIM. Tél. : (613) 232-7127. Télécopieur : (613) 232-2490.

Vancouver — 13 février; **Abbotsford** — 14 février — Comment profiter d'une foire commerciale. Ce colloque vise à enseigner aux participants comment rendre plus rentable la participation à une foire commerciale, depuis la préparation initiale jusqu'à l'évaluation et au suivi à apporter aux débouchés qui en découlent. Pour plus de renseignements, communiquer avec Rick Stephenson, Centre du commerce international (CCI), Vancouver. Tél. : (604) 666-1443. Télécopieur : (604) 666-8330.

Toronto — 14-24 février — Salon international de l'automobile de Toronto. Communiquer avec Tom Tonks, Toronto Auto Dealers' Association. Tél. : (416) 940-2800. Télécopieur : (416) 940-2804.

PUBLICATIONS

USA FACTS 1991 : An International Business Comparison est un livre de référence de poche qui place le milieu d'affaires américain dans une perspective internationale. Au moyen d'organigrammes et de graphiques en couleur, *USA Facts* fournit des données utiles et comparatives sur une vaste gamme de sujets tels que le produit brut par État, les investissements étrangers, la productivité de la main-d'œuvre, les comparaisons entre les régions, le climat, la population et des indicateurs de la qualité de la vie. La publication est disponible auprès de Propectus Publications Limited, 55, rue Murray, bureau 315, Ottawa (Ont.) K1N 5M3. Téléphone : (613) 236-8504. Télécopieur : (613) 237-7666.

La brochure *Documents d'expédition et réglementations douanières d'ex-*

portation vers le Mexique est destinée aux entreprises qui commencent à exporter sur ce marché. Sous cinq rubriques principales, la brochure — qui comprend une liste des courtiers en douane, des compagnies de cautionnement, des transitaires et des personnes à contacter pour l'entreposage — décrit en détail les documents principaux requis pour l'expédition de marchandises au Mexique. Ces documents sont, entre autres, les factures commerciales, les bordereaux d'expédition, les connaissements, les certificats spéciaux et les permis d'importation. Pour obtenir de plus amples renseignements ou une copie du guide, communiquer avec Gil Rishchynski, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud (LST), AECEC. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 996-0677.

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL
Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°2

1^{er} février 1991

L'environnement, ça promet en Thaïlande

Selon *The Study on Environmental and Safety Protection Equipment* (étude sur le matériel environnemental et de protection), préparée par l'Ambassade du Canada à Bangkok, en Thaïlande, il existe de nombreuses possibilités pour les investisseurs canadiens qui s'intéressent à ce marché.

Le pays, qui traverse une « période inégalée de développement économique et d'industrialisation », accuse des retards dans ses besoins en matière de protection de l'environnement.

Situation de l'environnement

- La qualité de l'air est mauvaise en raison du nombre de véhicules qui encombrant les rues des villes (on compte plus de 3 millions de véhicules à moteur en Thaïlande) et à cause de la pollution industrielle (il y a, dans le pays, plus de 90 000 usines dont bon nombre fonctionnent au-dessous des normes d'émission internationalement reconnues).

- Les forêts sont déboisées, voire détruites par l'abattage illégal des arbres, du défrichage à des fins agricoles, de la construction de barrages et des incendies causés surtout par l'homme.

- Il n'existe pas d'installations d'assainissement des eaux usées, surtout dans les grandes villes industrialisées.

- La mer, les rivières, les eaux intérieures et l'eau douce deviennent aussi plus polluées, surtout à cause du développement rapide de l'industrie et de l'agriculture, de l'établissement de collectivités très denses, ainsi que de l'utilisation de produits chimiques et de pesticides en agriculture.

- L'élimination des déchets constitue aussi un problème que l'on résout soit par le compostage au moyen d'usines de fermentation d'engrais, soit par la décharge brute. A Bangkok seulement, il existe quatre usines de fermentation d'une capacité globale de 1 280 tonnes par jour. Mais ces usines ayant été construites il y a plus de 10 ans, leur capacité de fonctionnement est de loin inférieure à leur capacité nominale.

- La pollution par le bruit ajoute au chaos. Il existe des normes d'émission

de bruit pour les véhicules et sur les lieux de travail, mais pas de normes relatives à la collectivité en général.

Les débouchés

Forêt : Le reboisement, en particulier dans les régions déboisées, est une priorité urgente. Les investisseurs canadiens pourraient donc lancer des projets de reboisement sous forme de projets clé en main ou d'entreprise conjointe, ou financer les plantations de certains bois ou plantes (p. ex. l'eucalyptus pour l'industrie des pâtes et papiers, le teck et le bois dur pour l'industrie du meuble, les copeaux de bois pour l'exportation).

DANS CE NUMÉRO

<i>Débouchés commerciaux.....</i>	<i>3</i>
<i>La concurrence et l'ALE.....</i>	<i>4</i>
<i>L'Europe de 1992 : le marché de l'environnement.....</i>	<i>9</i>
<i>Les télécommunications au Brunei... </i>	<i>10</i>
<i>Le Mexique s'ouvre aux mines.....</i>	<i>11</i>
<i>Au calendrier/Publications.....</i>	<i>12</i>

Il y a grand besoin du savoir-faire canadien pour la survie des mangroves dans le pays.

Eau : L'approvisionnement en eau propre, les systèmes d'eaux usées et d'égouts sont nécessaires, surtout dans les collectivités croissant rapidement dans les grandes villes. Il faut fournir des services d'experts-conseils et construire des usines d'assainissement des eaux usées dans les villes et dans les secteurs industriels privés nouvellement établis. Des projets clé en main pour les installations de traitement des eaux usées à petite échelle devront être fournis pour les grands immeubles. Une loi rendra ces installations obligatoires.

Déchets solides : A l'heure actuelle, le problème n'est grave que dans les grandes villes; toutefois des usines de compostage et des incinérateurs, probablement fournis sur une base clé en

main, seront nécessaires alors que le nombre d'habitants augmente et que les lieux touristiques croissent. La fourniture de camions à ordures et d'un système intégré de ramassage et de décomposition d'ordures offrira de bonnes possibilités.

Air et bruit : Comme les véhicules sont les sources principales de pollution (surtout à Bangkok), il faut utiliser de nouveaux moteurs d'autobus qui fonctionnent au gaz naturel. Pour les investisseurs canadiens, le train électrique pour le projet de téléphérique de Bangkok représente une excellente possibilité qui aura probablement des retombées pour d'autres entrepreneurs. Quant aux produits grand-public, les Canadiens devraient agir rapidement pour fournir des purificateurs d'air pour les maisons et les bureaux.

En général, il faudra informer le public et l'industrie thaïlandaise de la nécessité de mesures de sécurité et leur apprendre à les utiliser. Il est aussi évident qu'il existe un grand marché pour le matériel de lutte contre l'incendie, depuis les camions d'incendie dotés d'échelles coulissantes jusqu'aux petits extincteurs, et aux systèmes d'avertisseurs d'incendie dans les zones industrielles, les usines et les immeubles élevés.

Dans un pays où les motocyclettes, souvent bondées, sont le premier moyen de transport, les casques de sécurité deviennent de plus en plus nécessaires.

Pour tout renseignement sur les débouchés en Thaïlande, en particulier dans le domaine de l'environnement et de la protection, communiquer avec M. A. McBride, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 992-0959. Télécopieur : (613) 996-4309.

Lire l'article page 5.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Faut-il avoir peur d'exporter ?

Il y a une quinzaine d'années, jeune délégué commercial enthousiaste et zélé, je me sentais investi de la mission de convaincre mes compatriotes entrepreneurs d'exporter à tout prix. Dans les pays où me conduisait mon travail, je ne voyais que débouchés et occasions d'affaires. Mes collègues étaient animés de la même motivation. Le marché était guidé par l'offre et une entreprise devait être particulièrement maladroite pour échouer.

En 1991, la mission des délégués commerciaux s'est élargie pour refléter des conditions commerciales complètement modifiées. Il ne s'agit plus de pousser les entreprises à exporter à tout prix mais de les préparer à affronter des marchés beaucoup plus sophistiqués, guidés par une demande de plus en plus exigeante. Les acheteurs veulent du "sur mesure", à leurs conditions. Ils ont l'embarras du choix des fournisseurs qui se livrent une concurrence féroce. Bien souvent, ces mêmes fournisseurs doivent assortir leurs offres de services ou de produits d'un financement compétitif.

Après avoir défini l'objectif de *CanadExport* comme visant à fournir aux Canadiens actifs dans le commerce international l'information qui leur permette de prendre des décisions éclairées, Michael St. Clair, vice-président de Associated Marketing Consultants, nous avait écrit que c'était "aider ceux qui n'en avaient pas besoin car les firmes actives sur

les marchés mondiaux sont la preuve qu'elles n'ont pas besoin de nos lumières. La raison d'être de *CanadExport* doit être d'aider les exportateurs en puissance".

M. St. Clair a tout à fait raison. Nous avons mal défini ce que nous tentons de faire.

Mais que signifie aider les exportateurs en puissance dans le contexte actuel? Ce n'est plus leur dire foncez tous azimuts mais préparer vous, examinez, analysez, étudiez, pesez le pour et le contre, obtenez des conseils hautement spécialisés de personnes expérimentées qui savent de quoi elles parlent. Si le premier commandement de l'exportateur (prêt à exporter) demeure de trouver un besoin et le combler, les étapes à franchir pour se rendre à ce stade sont multiples et un certain nombre de craintes légitimes doivent être surmontées. Exporter implique des risques. Cela implique également une très grande satisfaction.

A priori un entrepreneur est quelqu'un qui a couru des risques pour développer son entreprise au Canada. Cela ne signifie pas que ce même entrepreneur soit prêt à assumer les risques que représente la conquête des marchés internationaux. Il est donc important de connaître son niveau de tolérance pour le risque avant d'investir dans l'aventure de l'exportation. Les possibilités d'erreur et de pertes financières sont nombreuses. Mais si vous êtes animés de

l'esprit d'entreprise qui vous pousse irrésistiblement vers l'aventure (soigneusement calculée) de l'exportation, vous connaîtrez une des périodes les plus gratifiantes de votre vie.

Notre objectif demeure de vous aider à prendre les décisions exigées par les activités à l'exportation.

**Le rédacteur en chef,
René-François Désamuré**

CANADEXPORT

Rédacteur en chef:
René-François Désamuré
Rédacteur en chef adjoint:
Louis Kovacs
Rédacteur: Don Wight
Adjoints à la production: Mark Leahy
et Mai Juris
Téléphone: (613) 996-2225
Télécopieur: (613) 992-5791
Télex: 053-3745 (BPT).
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage: 66 000 exemplaires.
INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)
Tél.: 1-800-267-8376
Région d'Ottawa: 993-6435
Télécopieur: (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).
Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.
Expédier à: **CANADEXPORT** (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2.
ISSN 0823-3330

BRÉSIL — Un grand fabricant de bagages en cuir et en plastique, qui détient de 25 à 30 % de la part du marché et dont les ventes en 1989 ont atteint un total de 35 millions de dollars US, désire conclure un accord avec des entreprises canadiennes. L'accord de licence ou d'entreprise conjointe viserait à aider la société à améliorer son procédé de production de plastique stratifié de très bonne qualité et d'augmenter ses ventes sur le marché de l'automobile. L'accord porterait aussi sur des techniques et des procédés d'examen de la qualité du plastique stratifié dans le but de réduire les coûts de fabrication des bagages. Communiquer avec Bill Den-

nings, CPCS Technologies Ltd., 740, rue Notre-Dame Ouest, bureau 760, Montréal H3C 3X6. Tél. : (514) 875-1023. Télécopieur : (514) 875-1023. Télex : 055-60147. (CPCS Technologies Ltd., avec l'appui financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme de trois ans visant à encourager les accords de coopération industrielle entre les entreprises canadiennes et brésiliennes. Son client est la State Development Bank de l'État de Parana — BADEP).

BRÉSIL — Une société qui fabrique des antennes-fouets en acier pour les radios BP et des pièces connexes pour des antennes de télévision VHF et UHF désire conclure des accords de collaboration industrielle visant à améliorer la conception de ces antennes pour maisons et à améliorer la méthode d'usinage d'antennes-fouets en acier pour radios BP mobiles (automobiles). Communiquer avec CPCS Technologies (voir l'avis sur le Brésil ci-dessus).

BRÉSIL — Un concepteur et fabricant de petites pompes à eau à moteur diesel désire conclure un accord de collaboration industrielle visant à mettre au point des pompes à haute pression portables pour le nettoyage de matériel agricole et à améliorer les pompes. Communiquer avec CPCS Technologies Limited (voir l'avis sur le Brésil ci-dessus).

GRANDE-BRETAGNE — Un im-

portateur de produits récréatifs désire conclure des ententes de représentation au Royaume-Uni avec des fournisseurs canadiens d'ensembles de modèles d'avions commandés par radio (en bois de balsa et propulsés par moteur et soufflante canalisée); des trousse de modèles d'hélicoptères commandés par radio (propulsés par moteur) ainsi que des accessoires et des pièces pour ces ensembles. Communiquer avec Gordon McClenaghan, McClenaghan Import and Export Agent Manufacturer's Representative, 18 Gregg Gardens, Bellaghy, Co. Londonderry BT45-

SINGAPOUR — Une entreprise désire importer des matériaux de construction, de la quincaillerie, des dispositifs de fixation et des périphériques spéciaux d'ordinateur. Communiquer avec Ng Chan Wah, Director/Manager, Gromark Pte Ltd., 35 Tannery Road, # 05-04, Ruby Industrial Complex, Singapore 1334. Tél. : 747-0350. Télécopieur : 745-9514.

SINGAPOUR — Une entreprise de produits électroniques désire importer des produits para-informatiques, des câbles et des connecteurs. Communiquer avec Jason Leow, Product Manager, B & Lee Electronics Pte Ltd., 4 New Industrial Road, # 06-01, Mainland Industrial Building, Singapore 1953. Tél. : 288-2725. Télécopieur : 284-4914.

SINGAPOUR — Des produits médicaux jetables sont recherchés par V. Gupta, Director, Continental Medical Supply Pte Ltd., 1 North Bridge Road, # 20-01, High Street Centre, Singapore 0617. Tél. : 337-3062. Télécopieur : 337-4154.

SINGAPOUR — Une société de produits chimiques désire importer des produits chimiques, des produits chimiques secs et des produits connexes. Communiquer avec Natalie Tay, Manager, Stansolv Chemical Pte Ltd., 176 Gul Circle, Singapore 2262. Tél. : 861-1108. Télécopieur : 861-1556.

SINGAPOUR — Une société de quincaillerie recherche du matériel anti-incendie, des filtres de cigarette et des étoupes d'acétate de cellulose. Communiquer avec Elsie Quek, Executive Officer, Sealand Hardware Pte Ltd., 17 Kallang Junction, Hart House, Singapore 1233. Tél. : 291-4288. Télécopieur : 296-8180.

SINGAPOUR — Du matériel de sécurité marine et de lutte contre l'incendie est recherché par Stephen Tan, Administrative Manager, Straits Marine Co. Pte Ltd., 30 Jalan Kilang Barat, Kevalram House, Singapore 0315. Tél. : 278-9011. Télécopieur : 272-6687.

Débouchés commerciaux

8JU, Northern Ireland.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise commerciale désire importer des réfrigérateurs et des congélateurs usagés ainsi que des vêtements usagés (surtout des vêtements d'été légers pour utilisation en Afrique). L'entreprise recherche aussi des pneus usagés (dimensions : 175 x 14; 185 x 14; 165 x 15; 155 x 15; et 165 x 13). Communiquer avec Emeka Kemjika, Director, One World Trading Agency, 25 Parkway, Liverpool, Merseyside, England.

HONGRIE — La Banque internationale pour la reconstruction et le développement a lancé un appel d'offres (date d'échéance le 16 avril) pour une usine de désulfuration du gaz en Hongrie. Les fournisseurs étrangers devront livrer le matériel, le monter, assurer le fonctionnement de toute l'usine et l'entraînement du personnel dans leurs installations. On peut obtenir les documents, au prix non remboursable de 200 \$ US, à verser à OKGT-AGEL, à la Banque de Budapest, n° de compte BB 210-60315, située à Budapest, Szakasits Arpad u 57, H-1115. Pour tout renseignement, communiquer avec M. Zsolt Vida, Import Manager, OKGT-AGEL (Hungarian Petroleum Trust Procurement Office), Budapest, Schonherz u 18, H-1117. Télécopieur : 011-(361) 166-7760/186-8443. Télex : (61) 22-5123/4762. Tél. : 011-(361) 166-4552.

Guide sur le libre-échange et la concurrence

Publié par l'Association des manufacturiers canadiens (AMC), le livret *Concurrer dans le cadre du libre-échange* pourrait fournir aux gens d'affaires canadiens des conseils sur la manière de repenser leurs points forts et points faibles en matière de compétitivité pour relever les grands défis du commerce mondial et du libre-échange (ALE).

Le guide commercial, format poche, qui est un ouvrage de base sur le sujet, est surtout destiné aux gestionnaires des petites et des moyennes entreprises canadiennes de fabrication qui ne sont peut-être pas au courant de la vaste gamme de renseignements et de services actuels relatifs à la concurrence dans le cadre du libre-échange.

Dans la partie introduction, on explique les raisons pour lesquelles il est important que les entreprises examinent les facteurs de la concurrence internationale qui influencent leur industrie. Elle comprend aussi une « interrogation sur le libre-échange » qui permet d'examiner ses connaissances.

Celle-ci est suivie de trois parties bien complètes portant les titres suivants : « Guide sur l'Accord de libre-échange pour les manufacturiers canadiens », « Où trouver de l'aide » et « L'Accord de libre-échange et le marché nord-américain : un plan stratégique ».

La partie II « Guide » résume, dans un langage non technique, les dispositions pertinentes les plus importantes de l'ALE pour les fabricants canadiens.

Par exemple, les aspects qui intéressent en particulier les fabricants canadiens sont notamment les réductions des tarifs dans le cadre de l'ALE, les règles d'origine et les programmes spéciaux des droits de douane, ainsi que les dispositions concernant l'entrée temporaire des gens d'affaires, l'approvisionnement du gouvernement et les investissements.

Cette partie contient en outre une description générale de chaque aspect. Mais si le lecteur n'y trouve pas de réponse à ses questions, le livret l'encourage à consulter la partie « Où trouver de l'aide » qui comprend une liste

complète de nombreuses personnes-ressources et de sources d'information.

La partie « Un plan stratégique » traite de la manière d'élaborer et de réévaluer ses plans commerciaux à long terme en vue d'améliorer la compétitivité de son entreprise en fonction de l'ALE et des autres changements ayant lieu sur les marchés extérieurs.

La préparation d'un plan stratégique est au-delà de la portée de ce livret; toutefois, il décrit les questions stratégiques importantes auxquelles il faudrait réfléchir.

Il contient aussi une carte amovible pouvant être retournée à l'AMC pour obtenir de l'aide supplémentaire.

En produisant ce livret, l'AMC a tiré parti des expériences de certains de ses membres qui ont examiné en détail les répercussions de l'Accord de libre-

échange puis formulé les stratégies commerciales voulues. En se fondant sur ces expériences pratiques, l'AMC a rassemblé des listes de contrôle que d'autres gestionnaires d'entreprises pourront appliquer afin de déterminer les dangers et les possibilités qui se présentent à leurs entreprises.

C'est cette approche simple, judicieuse et raisonnée qui rend ce livret, produit par l'AMC avec l'aide d'Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), un outil si utile.

On peut se procurer des exemplaires de *Concurrer dans le cadre du libre-échange* auprès de l'Association des manufacturiers canadiens, bureau 1400, 1, rue Yonge, Toronto M5E 1J9. Tél. : (416) 363-7261. Télécopieur : (416) 363-3779.

Le programme de garantie des prêts de la Colombie-Britannique appuie les exportations

Seize entreprises de la Colombie-Britannique ont réalisé des ventes à l'exportation de plus de 52 millions de dollars grâce à des prêts ne s'élevant qu'à 2,8 millions de dollars. Voilà qui représente un très bon rendement.

Cette prouesse a été obtenue par le biais du programme de garantie des prêts à l'exportation de la British Columbia Trade Development Corporation (B.C. Trade, une société d'État), créée il y a un peu plus d'un an.

Le programme, mis en oeuvre à partir de septembre 1989, garantit jusqu'à 85 % d'un prêt ne dépassant pas 2,5 millions de dollars. Il vise à aider, sur le plan financier, les entreprises d'exportation viables.

Les garanties peuvent aussi être accordées pour les lettres de crédit en vue de soutenir les cautionnements de soumission ou d'exécution, ce qui permet à certaines sociétés de soumissionner dans le cadre de contrats qu'elles ne pouvaient auparavant soumissionner sans crédit assuré même si l'entreprise était bien qualifiée pour le projet.

Selon le ministre d'International Business, M. Elwood Veitch, B.C. Trade, dont il est le président, « aide les entreprises, qui détiennent une commande confirmée d'exportation, à obtenir le fonds de roulement pour exécuter la commande ».

En aidant ces entreprises, le programme permet aux nouveaux exportateurs ou aux sociétés qui n'exportent pas souvent de faire des affaires à l'étranger.

De dire M. Veitch : « Le programme a aidé des sociétés à réaliser des ventes de systèmes de communication au Royaume-Uni, de générateurs diesel au Venezuela, de maisons en bois rond au Japon, et d'une vaste gamme de produits et de services à des pays dans le monde entier. » En outre, on estime que plus de 400 emplois ont été créés ou protégés par ce programme.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le programme de garantie des prêts à l'exportation de B.C. Trade, communiquer avec Mme Jane Burnes. Tél. : (604) 844-1856. Télécopieur : (604) 844-1925.

Les Pays-Bas

Un marché multidimensionnel

On peut considérer les Pays-Bas comme un centre de distribution qui facilite les activités des entreprises européennes, comme une base d'opérations commerciales indépendante ou comme le siège principal d'une vaste organisation européenne. En tout cas, ce pays mérite qu'on s'y intéresse.

Sa situation géographique, son réseau de distribution très perfectionné, son expérience commerciale séculaire, les aptitudes linguistiques des habitants et certains avantages fiscaux sont en effet des facteurs attrayants pour nos exportateurs et nos fabricants qui font actuellement des affaires avec les Pays-Bas, ou pour les entreprises désireuses d'offrir à ce pays leurs produits ou leurs services au cours de cette décennie.

En un mot, la Hollande n'est pas seulement un marché; elle est aussi un foyer de distribution européen pour les exportateurs qui disposent d'un agent local en rapport avec les marchés voisins. Grâce à sa propre base d'opérations commerciales, elle offrirait des avantages à nos entreprises; en outre, elle pourrait intéresser nos fabricants désireux d'y installer une usine d'assemblage ou de fabrication; par exemple, dans le cadre d'une entreprise conjointe avec une société hollandaise.

Le pays

Nombre d'habitants : 15 millions
 Importations : 123,5 milliards de \$ CAN
 Exportations : 127,7 milliards de \$ CAN
 Total des importations provenant du Canada : 1,5 milliard de \$ CAN
 Total des exportations vers le Canada : 822 millions de \$ CAN

La minuscule superficie du pays (il est 240 fois plus petit que le Canada) est sans rapport avec son importance économique. Les Néerlandais sont traditionnellement un peuple de pêcheurs, d'agriculteurs et de commerçants, mais ils se sont donné une industrie très perfectionnée, qui est fière d'avoir à sa tête quelques multinationales de premier plan installées sur tous les continents.

La réussite assez remarquable de l'économie de la Hollande peut être attribuée à l'esprit d'entreprise qui anime ses gens d'affaires, à sa vocation proprement internationale et au ferme désir

d'assurer le meilleur rendement.

La situation économique

Depuis une dizaine d'années, dont la meilleure a été 1989, l'économie hollandaise se porte bien. Cette année-là, l'accroissement du PNB (4,1 %) a atteint son niveau le plus élevé depuis 13 ans. Ce record reflétait l'expansion économique, l'augmentation de la consommation, et l'extension du commerce extérieur. D'autre part, de bons résultats obtenus l'année dernière augurent bien des premiers mois de 1991.

Le marché hollandais jouit d'un remarquable taux de productivité par travailleur (le plus élevé d'Europe), d'une situation favorable en matière de concurrence et d'un bon coussin d'excédent quant à la balance des paiements.

En outre, les Pays-Bas ont d'étroites relations économiques avec leur voisin, l'Allemagne, dont l'économie florissante, qui en fait la locomotive de l'Europe, offre à ce pays des marchés faciles d'accès et de bons rendements pour ses investissements.

Une nation commerçante

Probablement plus qu'aucun autre pays européen, la Hollande considère, depuis des siècles, les échanges commerciaux comme sa principale source de revenus. Une part essentielle de ses activités économiques est fondée sur l'importation de matières premières vendues à l'étranger après conversion (proviennent pour produits laitiers et viandes) ou après transformation (pétrole brut, minerais non ferreux). D'autre part, un grand nombre de produits sont principalement destinés à l'exportation (fleurs, légumes, engrais, navires, avions, camions).

Si le commerce est l'un des traits dominants des Pays-Bas, on peut en dire autant du transport. Rotterdam, le plus grand port de mer du monde, est relié au cœur de l'Europe par le Rhin, qui permet de transporter des marchandises à bas prix au moyen de chalands.

Les exportations canadiennes

En 1989, les exportations canadiennes vers les Pays-Bas ont atteint un chiffre record de 1,5 milliard de dollars; le marché hollandais devenait ainsi le

plus important d'Europe après le Royaume-Uni et l'Allemagne. Ce chiffre comprend tous les chargements expédiés des ports canadiens vers des ports hollandais, même si ces derniers n'en sont pas la destination finale.

D'autre part, les produits canadiens sont acheminés en Hollande à travers les pays voisins (Belgique, Allemagne, Royaume-Uni). Ainsi, le bois d'oeuvre et d'autres produits forestiers déchargés à Anvers figurent souvent dans les statistiques hollandaises, à titre d'importations provenant de la Belgique.

Les produits primaires et semi-manufacturés sont toujours nos exportations les plus lucratives aux des Pays-Bas, bien que nos ventes de produits secondaires (haute technologie en particulier) offrent d'excellentes perspectives. Par exemple, les exportations d'ordinateurs et de machines de bureau, d'équipements scientifiques et médicaux, d'appareils de mesure et de contrôle, de matériels de laboratoire et de communication, et de systèmes électroniques ont beaucoup augmenté entre 1985 et 1989.

Le Canada restera probablement, au cours des années à venir, un fournisseur de matériels de base pour les Pays-Bas. Les perspectives sont favorables à la croissance de nos exportations dans les domaines des métaux, des minerais et des produits forestiers, et nos ventes de produits agricoles et alimentaires devraient augmenter lorsque les négociations du GATT auront abouti à un accord sur l'abaissement des barrières douanières, dans le cadre de la politique agricole commune de la Communauté européenne (CE).

Le défi des fabricants de haute technologie consistera donc à maintenir la courbe ascendante de leurs exportations vers les Pays-Bas. La situation actuelle et le proche avenir son assez propres, semble-t-il, à susciter l'élan nécessaire. (Pour une liste d'articles qui offrent des débouchés en Hollande, voir l'encadré à la page suivante.)

Débouchés offerts aux entreprises de haute technologie

Si les produits de base constituent un pourcentage important de nos exporta-

tions vers les Pays-Bas, celles-ci comprennent de plus en plus des produits finals manufacturés, soit des ordinateurs et des équipements de bureau, des machines, et divers matériels de pointe.

Télécommunications : Ce secteur offre d'excellents débouchés aux fournisseurs étrangers, notamment en prévision du relâchement des monopoles nationaux et de l'unification du marché européen, laquelle ouvrira toute l'Europe aux exportateurs.

Au Pays-Bas, la réorganisation est déjà commencée avec la déréglementation du monopole des PTT sur le marché des équipements d'abonné. Vers 1992, les modalités d'achat prévues pour les systèmes de commutation et de transmission centrales seront assouplies; on observera ainsi les mêmes règles, en matière d'achat ouvert, que pour les autres organismes publics. Les fabricants qui exportent des équipements d'abonnés vers l'Europe peuvent donc fonder leur conception sur des normes de télécommunication unifiées.

Nos entreprises ont déjà réussi de nombreuses percées, au Pays-Bas, en télécommunication. Mentionnons, par exemple, Northern Telecom (autocommutateurs privés numériques SL-1, combinés téléphoniques de première qualité avec possibilité de vendre son commutateur pour réseau de transmission globale de données X25); les ventes de Gandalf aux PTT et au secteur privé; ainsi que les exportations d'autres entreprises canadiennes (équipements de courrier vocal, équipements de commutation pour télécopieur et systèmes de régulation d'appel pour taxi); en outre, d'autres entreprises sont en train d'exploiter à fond les débouchés offerts dans le domaine des systèmes de collecte et de contrôle des données.

Matériels et logiciels d'ordinateurs : L'ensemble du marché hollandais des matériels, des logiciels et des services d'ordinateurs était évalué, en 1989, entre 9 et 11 milliards de dollars. Les ventes de logiciels représentaient environ la moitié de cette somme et devraient augmenter plus rapidement que les ventes de matériels.

Dans le domaine des matériels d'ordinateurs, comme sur d'autres marchés, les gros mini-ordinateurs sont remplacés

par des ordinateurs personnels (OP) de plus en plus puissants.

Un grand nombre d'entreprises hollandaises utilisent maintenant une grande variété d'OP autonomes ou raccordés à un réseau. Les Pays-Bas offrent d'excellentes perspectives dans le domaine des matériels destinés aux OP, périphériques notamment. Cette situation est due essentiellement à l'extension du chevauchement des tâches confiées aux ordinateurs et aux appareils

Débouchés canadiens aux Pays-Bas

- Produits de la pêche
- Bois et produits dérivés, y compris le bois d'oeuvre
- Equipements, systèmes et éléments destinés à la prospection et à la production extracôtières
- Produits automobiles (marché secondaire en particulier)
- Systèmes et éléments d'avionnerie
- Avionique et équipements de soutien au sol
- Equipements de bureau
- Matériels et logiciels d'ordinateurs
- Appareils et équipements médicaux
- Composants électroniques et équipements d'essai
- Equipements de télécommunication
- Systèmes de communication de données
- Matériels et équipements de sûreté et de sécurité
- Systèmes et équipements de lutte contre la pollution
- Produits de bricolage
- Articles de sport
- Cadeaux de luxe

de traitement de données.

Le marché des OP IBM compatibles est bien représenté aux Pays-Bas; il est donc très compétitif. Les ventes d'ordinateurs portatifs sont moins importantes, probablement parce que les OP "individuels" sont très répandus. Les ventes de logiciels sont en déclin depuis quelques années, bien que l'ensemble du secteur informatique (y compris les logiciels) soit toujours marqué par un taux d'expansion annuel de 6 %.

La plupart des logiciels offerts sur le marché néerlandais sont importés, surtout des Etats-Unis, malgré la croissance de l'industrie nationale dans ce domaine. L'utilisation des UNIX augmente rapidement, ce qui est de bon augure pour les fournisseurs d'outremer de matériels et de logiciels fondés sur UNIX. Il existe aussi d'excellents débouchés dans le domaine des logiciels pour techniques spécialisées (exemples : logiciels graphiques et CAD/CAM, publications par ordinateur de bureau, systèmes experts).

Matériels militaires : A l'égard des grands projets prévus dans ce secteur, on notera que les Pays-Bas font partie du groupe européen indépendant (GEI), dont les bulletins périodiques mentionnent les besoins en matériels militaires et les contrats octroyés dont la valeur atteint ou dépasse un million d'ECU.

Le ministère hollandais de la Défense est chargé de trier ou de préqualifier ses soumissionnaires éventuels, et demande certains renseignements sur les entreprises avant de les inscrire à titre de fournisseurs éventuels. Ainsi, on vérifie normalement la réputation, la situation financière et les capacités d'une entreprise, et parfois ses antécédents.

Pour s'inscrire, une entreprise canadienne doit envoyer une demande à un Bureau d'émission à l'adresse suivante : Ministry of Defence, Directorate-General of Material, DMLB/MVG/IEPG/Focal Point, Attn: Th J. de Groot, P.O. Box 20701, 2500 E5 La Haye, Pays-Bas.

Parmi les projets ou les besoins en matière de fournitures qui pourraient intéresser nos entreprises, on notera : les réseaux de télécommunication locaux (LTN) pour l'aviation, les simulateurs, le projet TA-CAN, les véhicules pilotés à distance, les sonars, les dragueurs de mines, les équipements NBC, les mâts de communication, les petites armes et les munitions, les masques à gaz, ainsi qu'une variété d'éléments connexes d'équipements électroniques.

Environnement : Les Pays-Bas présentent la plus forte densité de population du monde entier, et les habitants sont très soucieux de leur environnement. Les Néerlandais consacrent 1,34 % du PNB à la protection de l'environnement (Etats-Unis, 0,7 %); on prévoit que l'industrie néerlandaise devra doubler les investissements consacrés aux technologies des eaux résiduaires, des égouts et du traitement des sols.

On a évalué le marché néerlandais à 1,2 milliard de dollars. Ces débouchés comprennent les équipements de traitement des eaux, le traitement de l'air, la réduction du bruit, le traitement des sols, ainsi que le traitement des déchets chimiques et non chimiques. Le marché total, y compris les services (comme la

collecte et la transformation) est évalué à 4,9 milliards de dollars.

Grâce à la puissance relative de l'industrie locale, il existe un "bassin" assez important d'entreprises de qualité parmi lesquelles nos entreprises désireuses d'alimenter les Pays-Bas, ou d'autres marchés, peuvent trouver d'excellents partenaires. D'autre part, le marché est déjà bien approvisionné en matière d'équipement, de technologies et de services. Donc, parmi les fournisseurs d'outre-mer, seuls ceux qui sont capables d'offrir des technologies originales devraient s'attendre à trouver d'excellents débouchés.

Le traitement des déchets solides, le recyclage et le traitement des fumiers seront pris en considération au cours des années à venir, et devraient ainsi représenter d'intéressants débouchés pour nos entreprises capables de fournir les équipements et les compétences voulues.

Electronique : Les Pays-Bas disposent d'environ 125 entreprises dans l'industrie électrique et électronique. On notera en particulier la fameuse société Philips, ainsi que les filiales de plusieurs grandes multinationales telles que Siemens, AEG, Texas Instruments, Foxboro.

Dans l'ensemble, cette industrie est spécialisée dans les produits électroniques et les sous-assemblages plutôt que dans les composants.

D'autre part, les Pays-Bas possèdent une structure de fabrication plus solide pour les équipements de télécommunication, les équipements électromédicaux très perfectionnés, certains équipements de bureau, et pour les matériels électroniques militaires. Ces domaines pourraient donc offrir des débouchés pour nos fabricants d'éléments spéciaux.

Machines et équipements : Nos exportations actuelles, vers les Pays-Bas, de machines, d'équipements et d'éléments destinés aux industries secondaires sont assez minimes. Il devrait donc y avoir des débouchés pour nos fournisseurs de machines spéciales, d'outils et de matériels généralement impossibles à trouver chez d'autres

fournisseurs traditionnels. Soit : les machines d'impression et les équipements connexes, les machines d'emballage, les pompes industrielles, les appareils de haute précision, et les équipements de nettoyage industriel.

Pièces automobiles : La persévérance de nos fabricants de pièces et de composants automobiles pourrait amener quelques ventes, bien que le marché soit visiblement réservé à un seul fabricant d'automobiles (Volvo) et à un seul fabricant de camions (DAF). Il existe cependant, sur le marché secondaire, un grand nombre d'importateurs d'équipements, de pièces et de systèmes.

Prospection pétrolière : La prospection et la production pétrolières terrestres ne jouent qu'un rôle mineur aux Pays-Bas, mais les ventes au comptant d'éléments et de systèmes devraient

l'environnement sont les secteurs les plus propices à de nouveaux projets de coopération. En outre, il existe des possibilités de projets conjoints pour les télécommunications, le traitement du langage et des images, les nouveaux systèmes de production, les transports et les systèmes logistiques.

Missions organisées par AECEC

AECEC envisage d'organiser deux missions commerciales aux Pays-Bas. En juin, des acheteurs hollandais de bois d'oeuvre et de bricolage sont censés visiter la Colombie-Britannique, le Québec, l'Ontario et les provinces atlantiques. En novembre, une mission canadienne sur l'environnement (spécialisée dans les équipements de traitement des déchets et de recyclage des déchets solides) devrait se rendre à

Ecotech 91 à Utrecht (Pays-Bas), ainsi qu'à Vienne.

Pour obtenir d'autres détails sur ces missions, communiquer avec Patricia Veilleux à AECEC (voir page suivante la liste des coordonnées).

Les affaires aux Pays-Bas

Les Hollandais sont des gens bien organisés : ils aiment donc que les autres le soient aussi, un trait de caractère

que les gens d'affaires canadiens ne doivent pas oublier lorsqu'ils traitent avec les Hollandais.

Les Canadiens jouissent, en Hollande, d'une certaine image qui remonte à la Seconde Guerre mondiale et à la vague d'immigration hollandaise qui a suivi. Grâce aux relations bilatérales particulières et l'usage très répandu de l'anglais comme seconde langue, nos gens d'affaires se sentent rapidement à l'aise aux Pays-Bas.

Les exportateurs qui s'intéressent au marché hollandais se verront pris au sérieux s'ils savent présenter leurs produits convenablement et communiquer avec un minimum de détours.

Il ne faut pas oublier la vocation internationale du marché hollandais, qui engendre une concurrence très vive. Les acheteurs éventuels de ce pays veulent avoir tous les renseignements

Carrefour 1991

Nos entreprises de haute technologie qui désirent confirmer leur présence au Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg) peuvent participer à l'événement commercial organisé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) aux Pays-Bas.

Carrefour Canada/Benelux 1991, qui aura lieu à Amsterdam les 24 et 25 avril, permettra à 40 entreprises canadiennes de s'adresser directement à d'éventuels partenaires des Pays-Bas ou d'autres pays européens au cours de rencontres organisées d'avance par AECEC.

Pour obtenir d'autres renseignements sur **Carrefour 1991** (à noter que des événements semblables organisés au Royaume-Uni en 1989 et en 1990 ont eu beaucoup de succès), communiquer avec M. David Shearer, Direction de l'électronique et des technologies de l'information (TDE); AECEC. Tél. : (613) 996-1635. Télécopieur : (613) 996-9263.

être possibles. En revanche, l'industrie extracôtière est très développée en termes de construction et de services, offrant donc un marché potentiel.

Coopération technologique : La plupart des industries de pointe hollandaises sont bien intégrées aux 300 et quelques entreprises, ainsi qu'avec les universités et les instituts spécialisés dans la recherche et le développement. Ainsi les Pays-Bas représentent un partenaire important pour la coopération technologique, et sont également un grand fournisseur de technologies.

Les Pays-Bas jouent également un rôle essentiel dans les programmes EU-REKA, ESPRIT et dans d'autres programmes technologiques pan-européen. La biotechnologie est un secteur où une coopération dynamique s'est instaurée dans le cadre d'un projet pilote.

Les matériels industriels de pointe et

nécessaires pour accepter ou refuser l'offre qui leur est faite. Dans bien des cas, un suivi s'impose (en Hollande, comme ailleurs, le temps est limité et les absences ne sont pas rares) et constitue une pratique recommandée.

La crédibilité naît de la rationalité.

Les cotations peuvent être effectuées en dollars canadiens ou américains; en outre, elles peuvent être FOB à un port ou un aéroport canadien, ou CIF à un port ou un aéroport hollandais, et l'on recommande généralement de demander aux acheteurs éventuels la formule qu'ils préfèrent.

Il est parfaitement raisonnable de prévoir un L/C pour les chargements initiaux et d'assouplir les conditions de paiement lorsque la confiance mutuelle est devenue assez solide. Les produits nouvellement importés sont généralement lancés par des importateurs ou des agents lors de foires commerciales locales, dont la plupart sont très fréquentées. A noter que la participation à ces événements est un bon moyen de trouver des agents.

Dans la plupart des cas, les débouchés attrayants exigent une représentation exclusive, ce qu'il faut soigneusement considérer, car le marché en général est trop restreint pour justifier plus d'un seul représentant. Un grand nombre de distributeurs qui travaillent aux Pays-Bas se servent des marchés voisins et voudront probablement ne pas se limiter au marché hollandais. Compte tenu des dispositions qu'ils ont prises pour se faire représenter sur ces marchés, nos exportateurs devraient prendre ces demandes en considération.

L'Europe de 1992

L'élimination des dernières barrières commerciales a eu pour conséquence directe de réduire les coûts et de faciliter l'accès à tous les marchés de la Communauté européenne (CE). Parallèlement, l'élargissement du marché européen renforcera la concurrence à l'intérieur et à l'extérieur de la CE. D'où, probablement, une pression à la baisse sur les prix et, donc, une réduction des marges de profit.

Un grand nombre de petites et de moyennes entreprises sont en train de consolider leur position au moyen de fusions, de prises de contrôle et d'entreprises conjointes, en prévision de l'Europe de 1992. Pour les entreprises plus modestes qui ne desservent pas l'ensemble de la Communauté, les conséquences seront probablement

limitées; mais aucune entreprise ne pourra se dispenser d'accroître son efficacité et d'adapter sa stratégie.

Aux Pays-Bas, les gens d'affaires se préparent activement à l'avènement de l'Europe de 1992. Ce pays s'efforce plus que jamais de se présenter comme le principal foyer de distribution en Europe, en discutant ou en exécutant des projets ambitieux en vue d'élargir et d'améliorer l'infrastructure des transports aériens et terrestres.

Les Pays-Bas plus qu'un marché

Le développement accéléré des grands blocs commerciaux dans le monde industrialisé exigera probablement qu'on modifie les méthodes traditionnelles d'exportation.

D'un point de vue économique, avec l'avènement du Marché européen unifié, les Pays-Bas constitueront une région plutôt qu'un pays pourvu de frontières; parallèlement, le commerce et l'industrie hollandaises diviseront la Communauté européenne en régions de commercialisation selon des stratégies individuelles; ils l'ont d'ailleurs probablement déjà fait.

Nos exportateurs qui font déjà des affaires avec les Pays-Bas et d'autres pays de la CE devraient soigneusement reconsidérer leurs accords actuels en matière de représentation ou de distribution. Doivent-ils les maintenir sur leur forme présente? Auraient-ils intérêt à réduire les coûts pour accroître la compétitivité en créant une sorte de présence, soit directement, soit en travaillant avec une ou plusieurs entreprises de la CE? Faut-il insister sur l'identité du produit ou élargir la gamme dont il fait partie? Telles sont quelques-unes seulement des questions qui pourraient se poser à propos des répercussions éventuelles du marché unifié.

Conseils généraux

Pour les entreprises qui viennent de prendre pied sur le marché hollandais, il est essentiel de s'assurer qu'elles possèdent un excellent produit. Meilleure sera la qualité de la conception, du fini et de la durabilité, meilleures seront les chances de réussite, en particulier si les affaires sont menées à la satisfaction des Hollandais. Avant tout, il faut, pour réussir, avoir un but, de la patience et de la persévérance.

La SEE favorise les exportations vers les Pays-Bas

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre une variété de

services de financement, de garantie et d'assurance aux entreprises qui veulent exporter aux Pays-Bas.

Au cours des cinq dernières années, la SEE a offert des contrats d'assurance à court terme pour appuyer environ 117 millions de dollars d'exportations canadiennes vers les Pays-Bas, et a financé pour environ 329 millions de dollars d'exportations de biens d'équipement et de services destinés à ce pays.

En général, le financement offert par la SEE couvre jusqu'à 85 % de la valeur des exportations canadiennes. En plus des facilités de crédit habituelles accordées aux acheteurs et aux fournisseurs, la SEE peut façonner plusieurs types de plans de financement adaptés aux préférences de l'emprunteur, soit : financement par emprunt sous forme de crédit-baux au Canada et à l'étranger, extension des crédits, garantie des titres de créance, protection des taux d'intérêt, et prêts monétaires multiples.

Grâce aux services d'assurance de la SEE, nos exportateurs peuvent se protéger contre les pertes causées par les acheteurs étrangers en cas de non paiement. La SEE assume 90 pour cent des risques commerciaux et politiques liés aux transactions d'exportation.

Pour savoir comment la SEE peut vous aider à profiter au maximum de vos débouchés éventuels aux Pays-Bas, communiquer avec l'un des bureaux régionaux suivants de la SEE : Vancouver, Winnipeg, Calgary, Toronto, Ottawa, London, Montréal et Halifax.

Coordonnées utiles

Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, des investissements et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), AECEC. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319

Ambassade du Canada
Section commerciale
C.P. 30820

2500 GV La Haye
Pays-Bas.

Téléphone : 011-31-70-361-4111.
Télécopieur : 011-31-70-356-1111

Chambres de commerce Canada-Pays-Bas

Montréal — Tél. : (514) 288-4466.
Télécopieur : (514) 288-9183.

Toronto — Tél. : (416) 366-8035.
Télécopieur : (416) 366-0335.

Vancouver — Tél. : (604) 688-5017.
Télécopieur : (604) 684-7184.

Halifax — Tél. : (902) 421-1779.
Télécopieur : (902) 423-2438.

L'environnement : un bon marché en Europe

Le matériel de contrôle de la pollution atmosphérique tel que les convertisseurs catalytiques pour les automobiles, les techniques de réduction de la pollution de l'eau au moyen de membranes, la technologie de réduction du bruit et des services environnementaux tels que le contrôle de la conformité aux normes gouvernementales sont parmi les marchés qui connaîtront une expansion alors que l'Europe met en vigueur ses nouvelles politiques en matière d'environnement.

Ce sont les constatations qui figurent dans des rapports récemment publiés, y compris un répertoire conjoint d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), *Le Canada... chef de file mondial en matière de biens et de services pour l'environnement*, ainsi que dans une grande étude publiée par DRI/McGraw-Hill, intitulée *Green Europe: Economic Implications and Business Opportunities*.

Le marché

La valeur du marché de protection de l'environnement de la Communauté européenne (CE) dépasserait 64 milliards de dollars. Ce marché est important car il servira de tremplin vers le marché de l'environnement de l'Europe de l'Est et les grands projets d'investissement prévus dans cette région. Les entreprises environnementales canadiennes établies en Europe de l'Ouest sont bien situées pour desservir les nouveaux marchés de l'Europe de l'Est.

Le marché de protection de l'environnement en Allemagne, que l'on estime à plus de 22 milliards de dollars, est de loin le plus important en Europe et le plus avancé sur le plan technologique.

« Nous commençons déjà à observer de la concurrence en Allemagne, » déclare M. Peter W. Smith, vice-président de la commercialisation et des ventes à Solarchem Environmental Systems, de Richmond (Ont.), qui fabrique du matériel d'élimination de déchets toxiques et dangereux.

En Europe, la croissance du marché de l'environnement est directement influencée par les règlements gouvernementaux. Le programme de l'Europe de 1992 s'est engagé sur le plan

législatif à protéger l'environnement. Des directives sur les normes de la qualité de l'eau, la qualité de l'air, la pollution par le bruit, l'élimination des déchets et aux substances toxiques et dangereuses ont déjà été proposées par la Commission européenne ou adoptées par le Parlement européen.

Répercussions sur l'industrie européenne

Selon l'étude publiée par DRI/McGraw-Hill, les gagnants globaux seront les secteurs qui fabriquent des biens de production. La croissance dans ces secteurs sera initialement

en expansion de certains de ces produits. Le secteur du papier/l'imprimerie profitera d'abord de la substitution de l'emballage en métal léger puis, par la suite, sera touché par la diminution de la demande de produits grand-public.

Répercussions sur l'industrie canadienne

Pour que la nouvelle loi européenne sur l'environnement crée des affaires, elle doit être mise en vigueur. M. Ted Edgar, président de Can-Ross Environmental Services Ltd. d'Oakville, qui fabrique des produits de confinement et d'élimination de déchets dangereux), dit que cela n'aura pas lieu du jour au lendemain.

Dans leur rapport conjoint, AECEC et ISTC énumèrent plus de 250 firmes canadiennes qui offrent des produits et des services dans le domaine de l'environnement.

Selon des rapports, le Canada possède des capacités importantes pour ce qui est de l'approvisionnement en eau et de l'élimination des déchets liquides et solides, de la conservation, de la protection et de l'amélioration de l'environnement dans les industries forestières, de la gestion des pêches et du contrôle de la pollution de l'exploitation minière, ainsi que du développement et de la transformation des ressources énergétiques (charbon, pétrole et gaz, uranium, énergie hydraulique), construction d'installations de transport et de transmission (routes, chemins de fer, aéroports, pipelines, lignes de transport d'énergie) et des éléments de la technologie du temps froid.

Suite à la conférence « Europe in Transition » tenue à Toronto le 15 janvier, avec un atelier sur le secteur de l'environnement, AECEC parrainera aussi le « Europe 1992 Environment Industries Seminar » qui se tiendra à Vancouver, le 26 février 1991, et participera au colloque « Enviraction » à Montréal, les 22 et 23 mars 1991.

Pour obtenir des exemplaires du répertoire *Le Canada... chef de file mondial en matière de biens et de services pour l'environnement*, communiquer avec Info-Export, AECEC. Télécopieur : (613) 996-9709. Tél. (sans frais) : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Colloque sur l'Europe de 1992 et l'environnement

Date : Le mardi 26 février 1991

Lieu : S.F.U. Downtown Campus - Harbour Centre, Vancouver (C.-B.)

Frais d'inscription : 60\$

Renseignements : Jacalin Crosfield

Tél : (604) 666-1440

Fax : (604) 666-8330

encouragée par les investissements dans la protection de l'environnement.

L'ingénierie mécanique et électrique sera parmi les secteurs qui bénéficieront le plus de la protection accrue de l'environnement en Europe. Les autres gagnants incluent les secteurs en amont de l'industrie de la construction, à court et à moyen termes, et les secteurs des services de transport, en raison du développement des services relatifs à l'environnement et de l'expansion des services de transport de passagers.

Les secteurs, que la loi sur la protection de l'environnement touchera peu sur le plan de la demande et pour lesquels les incidences principales de la loi seront des prix plus élevés et des effets de substitution, seront défavorablement touchés par les nouveaux règlements environnementaux, c.-à-d. la plupart des secteurs de produits grand-public (aliments et boissons, textiles), et certains secteurs de produits intermédiaires (caoutchouc et plastiques).

Le secteur des produits chimiques ne devrait pas être influencé. Bien qu'il soutienne un tiers de tous les coûts supplémentaires de la protection de l'environnement, il profitera des marchés

Brunei : le marché des télécommunications

Tout le matériel de télécommunications utilisé au Brunei est importé, mais très peu d'entreprises canadiennes participent activement sur ce marché.

Ce ne sont là que quelques constatactions qui figurent dans une étude sectorielle récente parrainée par le haut-commissariat du Canada à Singapour.

Matériel recherché

Au Brunei, le marché de télécommunications est divisé en deux catégories : le matériel de production (dépenses gouvernementales en capital sur de grands projets tels que le matériel de commutation analogue et numérique) et l'équipement terminal (y compris des téléphones, téléphones cellulaires mobiles, récepteurs de poche, commutateurs privés (PBX) et télécopieurs.

Selon l'étude, le sixième plan de développement du Brunei (1991-1994) continuera à mettre l'accent sur l'expansion de l'infrastructure téléphonique de base (l'année dernière, il y avait plus de 50 000 lignes téléphoniques directes, soit 19 lignes pour 100 personnes) ainsi que sur l'ouverture des ventes de téléphones au secteur privé.

Les activités relatives aux radios cellulaires mobiles n'ont commencé que l'année dernière, mais il existe des plans visant à fournir aux régions éloignées, lorsqu'il n'est pas économique d'étendre des câbles téléphoniques, une communication par radio cellulaire mobile. On prévoit que la demande de ventes de téléphones mobiles augmentera en raison de l'assouplissement des ventes de la Brunei Telecom par le secteur privé. Le gouvernement prévoit que le nombre de téléphones cellulaires mobiles atteindra 10 000 au cours des quatre à sept prochaines années.

On s'attendait à ce que la station de base d'un système de recherche de personnes à l'échelle du pays fonctionnât au début de l'année courante, et l'on compte permettre la vente de réseaux de systèmes de recherche de personnes par des entreprises privées.

En raison de la diminution récente de la demande d'installations de télex, le nombre de télécopieurs a considérablement augmenté et l'on prévoit que la demande demeurera vigoureuse.

Le Brunei possède deux stations terrestres de télécommunication par satel-

lite à Telesai. Ces stations fournissent des installations nationales et internationales directes de télex et de téléphone, qui permettent l'accès à 160 pays. Les projets de câble sous-marin d'une valeur de plusieurs millions de dollars, qui relieront le pays à Singapour, à la Malaisie et aux Philippines, doit être achevé au début de l'an prochain.

Tendances futures

Le Brunei continuera à mettre l'accent sur l'amélioration des échanges locaux et internationaux en obtenant du matériel de production et des pièces, ainsi qu'en améliorant le système.

L'installation récente du réseau de commutation par paquets devrait offrir des possibilités de ventes et de prestation de services de communication avancés tels que la téléconférence, le courrier électronique et le vidéotex.

Le gouvernement encourage les entreprises privées à soumissionner des projets externes et internes de planification, et recherche des services d'experts-conseils dans le domaine de l'établissement de réseaux, de la formation technique en ce qui a trait aux services d'utilisation et d'entretien.

Concurrence internationale

Comme on l'a indiqué, le Brunei importe tout son matériel de télécommunication — de 1982 à 1989, les fournisseurs principaux sur le marché, d'une valeur de 167 millions de dollars B, étaient notamment le Japon avec 54 millions de dollars B (32 %), l'ancienne Allemagne de l'Ouest avec 40 millions de dollars B et les États-Unis avec des ventes d'une valeur de 39 millions de dollars B.

Pendant cette période, le Canada n'a vendu que du matériel de télécommunication d'une valeur de 6,9 millions de dollars B, surtout des téléphones mobiles (ceux-ci ne sont pas vendus par les autres grands concurrents) et le PBX.

Les ventes de matériel par les trois pays fournisseurs principaux comprenaient des appareils de réseau, des commutateurs privés, des données, des installations de radio et de transmission, des installations de commutation, des services de téléphonie mobile cellulaire, de systèmes de recherche de personnes par radio, des câbles, des ordinateurs et des radios rurales.

Des contrats de fourniture de matériel sont accordés par Brunei Telecom à des fournisseurs principaux qui ont une réputation internationale et qui vendent des systèmes utilisés et mis à l'essai — les entreprises canadiennes qui obtiennent des contrats ou soumissionnent sont notamment SR Telecom Canada, Mitel, Alberta Government Telephone (AGT) et Northern Telecom.

Clients clés

Au Brunei, 95 % du matériel de télécommunication est acquis par le gouvernement — le ministère des Télécommunications, la police et la Brunei Shell Petroleum. Les acheteurs du secteur privé sont notamment les consommateurs résidentiels et commerciaux.

Les avis d'appels d'offres pour les télécommunications sont publiés les vendredis dans *Pelita Brunei*, le journal du gouvernement. Les fournitures de matériel tel que les tuyaux, les câbles et les fils peuvent être effectuées par l'intermédiaire d'agents locaux.

Règlements gouvernementaux

Il n'y a pas de droit sur le matériel importé, acheté par le gouvernement. Un droit à l'importation de 20 % s'applique à tout le matériel de bureau.

Le Brunei permet la propriété étrangère à 100 % et encourage les entreprises conjointes. Selon l'étude, la participation à parts égales à des entreprises locales peut être très importante lorsqu'on soumissionne des contrats du gouvernement ou de la Brunei Shell Petroleum.

Autres renseignements

Préparée par SRI International, l'étude intitulée *Sectoral Analysis - Brunei Telecommunications Industry* contient aussi une liste des personnes-ressources clés dans le secteur privé et au gouvernement du Brunei ainsi que les noms des importateurs principaux de matériel de télécommunication, et elle donne des détails sur les incitations fiscales et les concessions.

Pour de plus amples renseignements sur le marché des télécommunications au Brunei, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), AECEC. Tél. : (613) 996-7474. Télécopieur : (613) 996-4309.

La modification du code d'exploitation minière au Mexique offre de nouvelles possibilités

Le 10 décembre 1990, le gouvernement du Mexique a apporté des modifications importantes à son code d'exploitation minière. Ces nouveaux règlements ont modifié les dispositions de l'article 27 de la Constitution mexicaine qui portent sur les limitations de l'exploitation minière par les étrangers.

Les nouvelles lois ont pour objet d'encourager les investissements, les activités d'exploration et la diversification de la production de minerais au Mexique, ainsi que la modernisation de l'industrie minière au pays par le transfert de technologie de l'étranger et l'amélioration de la structure financière des entreprises minières locales.

En vertu de la nouvelle loi, l'ensemble d'un projet d'exploitation minière peut appartenir, pour la première fois, à des intérêts étrangers pendant une période de douze ans. La période de propriété commence à partir du moment où le minerai est traité sur les lieux; cette période comprend donc trois ou quatre années supplémentaires pour le début des opérations.

L'établissement d'une entreprise conjointe avec des partenaires mexicains avant la fin de la période de propriété de douze années garantirait le renouvellement de la concession en vertu des lignes directrices actuelles du Mexique en ce qui concerne les investissements étrangers.

En vertu de la loi mexicaine, les nouvelles dispositions relatives à l'émission d'actions permettront l'établissement de contrats de trust qui serviront à régir toutes les transactions minières. Les investisseurs étrangers peuvent acquérir des actions dans des projets miniers existants, ainsi que dans de nouvelles entreprises. En outre, des actions seront mises en vente par la bourse mexicaine en vue d'attirer des investisseurs institutionnels éventuels.

Les modifications du code minier constituent une étape importante dans le programme de réformes économiques mis en oeuvre par le gouvernement du président Carlos Salinas de Gortari. On espère que l'ouverture de domaines de l'activité économique (auparavant réservés aux entreprises mexicaines seulement) permettra d'attirer de nou-

veaux investissements et de nouvelles technologies de l'étranger, ce qui aidera le développement national.

Au Mexique, le savoir-faire du Canada dans le domaine de l'exploitation minière est considéré comme très bon. On s'attend à ce que des représentants du gouvernement du Mexique participent à la réunion de l'Association canadienne des prospecteurs et entrepreneurs, qui se tiendra à Toronto, en mars 1991, en vue de fournir des renseignements supplémentaires sur les réformes sectorielles.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur cette nouvelle loi, communiquer avec la Direction de l'expansion

Les entreprises d'exploitation minière qui désirent explorer le marché mexicain peuvent participer au salon parrainé par AECEC, le « Mexican Mining Congress Exposition », qui doit se tenir à Acapulco en octobre prochain.

Pour plus d'information sur cette manifestation, communiquer avec M. Carlos Munante (LCTF), Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles, AECEC. Tél. : (613) 996-2268. Télécopieur : (613) 996-0677.

du commerce en Amérique du Sud (LST) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 996-0677.

Les exportateurs canadiens dans le domaine de l'industrie minière peuvent faire la publicité de leurs produits et de leurs capacités à l'échelle mondiale en s'inscrivant dans un catalogue qui doit être distribué partout dans le monde par AECEC. Ce catalogue sera produit par la Canadian Association of Mining Equipment and Services for Export (CAMESE). Pour obtenir plus de détails sur l'inscription gratuite, communiquer avec John Needham à la CAMESE, Bureau 903, 605, rue Consumers, Willowdale (Ont.) M2J 4V8. Tél. : (416) 498-0382. Télécopieur : (416) 492-8711.

La Tchécoslovaquie organisera son premier salon des articles de sport

Prague — Les entreprises canadiennes désirant faire la promotion d'articles de sport en Tchécoslovaquie en auront la possibilité du 31 mars au 7 avril 1991 lorsque se tiendra, dans cette capitale, **SPORT-PRAGUE'91**, le premier salon international d'articles de sport organisé dans ce pays.

Les articles qui seront exposés au Palais de la culture de Prague sont les suivants : équipement et matériel de sports nautiques (kayac, surf, pêche), de sports d'hiver (skis, luges, patins) et de gymnastique (danse aérobique, gymnastique, haltérophilie).

Voici les autres domaines qui seront mis en vedette et qui nécessiteront du matériel et des services : le tennis, le hockey, le baseball, le camping, la pratique de la planche à roulettes et le jeu de quilles. Des systèmes de sécurité sportive et du matériel sportif pour les personnes handicapées seront aussi exposés.

Les entreprises désirant participer à ce salon devraient communiquer directement avec les organisateurs à : **SPORT-PRAGUE'91**, TERINVEST, Palace of Culture, 5 Kvetna 1640/95, 140 09, Prague 4, Czechoslovakia. Télécopieur : 499-494.

On peut aussi obtenir des renseignements auprès de Ilona Boldova, agent commercial, ambassade du Canada, Prague. Téléx : (code de destination 66) 121061 (DMCNC). Télécopieur : (011-42-2) 312 27 91.

MISE EN VENTE

Le numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Prague (Tchécoslovaquie) est le 312 27 91.

Le numéro de téléphone du Centre du commerce international à Moncton (Nouveau-Brunswick) est le (506) 851-6452.

Voici les nouvelles coordonnées du Centre du commerce international à St. John's (Terre-Neuve) : 215, rue Water, bureau 504, C.P. 8950, St. John's (Terre-Neuve) A1B 3R. Tél. : (709) 772-5511. Télécopieur : (709) 772-2373. Téléx : 016-4749.

(Voir page 12 : Mise.)

AU CALENDRIER

Calgary — 4 février — Sub-Andean Basin Hydrocarbon Seminar. Ce colloque, qui rassemblera des cadres des compagnies pétrolières nationales de la région, fera une mise à jour de la situation actuelle et le potentiel qu'offre le secteur pétrolier dans le bassin subandin. Organisé par l'Alberta Economic Development and Trade, en collaboration avec Petro-Canada International Assistance Corporation et l'AECEC. Pour inscription, communiquer avec Mme Jean Stachniak, Latin America and Caribbean Sector, Economic Development and Trade. Tél. : (403) 427-4809. Télécopieur : (403) 422-9127.

Ottawa — 21 février; **Toronto** — 7 mars — Comment profiter d'une foire commerciale. Ce colloque vise à enseigner aux participants comment rendre plus rentable la participation à une foire commerciale, depuis la préparation initiale jusqu'à l'évaluation et au suivi à apporter aux débouchés qui en découlent. Frais de participation : 85\$. Communiquer avec Barry Siskind, Toronto. Tél. : (416) 483-3836.

Toronto — 27 février — Valuing and Managing Diversity : New Tools for a

New Reality. Conçue à l'intention des cadres supérieurs d'entreprises et des responsables des ressources humaines, la conférence expliquera pourquoi il est important de promouvoir la diversité

Calendrier ministériel

Le ministre du Commerce extérieur, M. John C. Crosbie, représentera le Canada lors du **Symposium de Davos**, un sommet économique qui aura lieu en Suisse du 31 janvier au 3 février 1991.

M. Crosbie participera aussi à la **Conférence sur le libre-échange nord-américain**, organisée conjointement par le Conference Board of Canada et son équivalent américain, the Conference Board Inc. La conférence se tiendra du 14 au 16 février 1991 à Acapulco, au Mexique.

dans la main-d'oeuvre. Aussi prévue pour **Vancouver**, le 22 mai, et **Montréal**, le 16 octobre. Frais d'inscription : 529.65\$. Communiquer avec Conference Administration, Canadian Cor-

porate Market Development (CCMD) Inc., 3080, Yonge St., Suite 5000, Toronto, M4N 3N1. Tél. : (416) 480-1644. Télécopieur : (416) 480-1646.

Montréal — 28 février — Le Cycle d'Uruguay : le Bilan des négociations du GATT. Ce colloque rassemblera des experts du monde juridique, les négociateurs canadiens et québécois et des intervenants du milieu des affaires pour faire le point sur les résultats et les conséquences des négociations du GATT. Il sera suivi d'un déjeuner-causerie. Organisé conjointement par la Société de droit international économique du Canada, le Conseil canadien de droit international, l'Association des exportateurs canadiens et le Cabinet de Godin, Raymond, Harris, Thomas. Pour inscription, communiquer avec Mme Louise Ste-Marie. Tél. : (514) 954-3471. Télécopieur : (514) 954-3451.

Mise à jour — (Suite de la page 11.)

Au centre-ville de Tokyo et dans des parties des villes de Mitaka, de Chofu et de Komae, les numéros de téléphone et de télécopieur sont passés de sept à huit chiffres; on a placé le chiffre 3 avant les chiffres existants. Si le numéro appelé est déjà un nombre à huit chiffres commençant par un 5, il n'y a pas de changement. Ainsi, le numéro de téléphone (on indique ici le code de composition international direct, le code de pays et le code régional) de l'ambassade du Canada est (011-81-3) 3408-2101. Les numéros de télécopieur sont (011-81-3) 3470-7280/3479-5320.

Le bureau commercial du Canada à Glasgow a officiellement fermé ses portes le 1^{er} octobre 1990. Les responsabilités du bureau — l'information sur les débouchés, la distribution, les investissements, les entreprises conjointes et les sources de franchisage en Écosse et en Irlande du Nord — ont été transférées au haut-commissariat du Canada à Londres. Tél. : (011-44-71) 629-9492. Télécopieur : (011-44-71) 491-3968. Télex : (Code de destination 51) 261592 (CDALDN G).

PUBLICATIONS

PC Globe 4.0, l'atlas «électronique» et la base de données destinée aux ordinateurs compatibles avec IBM (R) est maintenant disponible. Le progiciel consiste en une vaste gamme de données socio-économiques et culturelles, en cartes, graphiques, drapeaux, hymnes nationaux et autres. L'Allemagne unie est parmi les 190 pays décrits dans la version 4.0 (mise à jour jusqu'en novembre 1990). On peut en obtenir des exemplaires en communiquant avec : Action Business Brokers, 965, av. Leovista, Vancouver Nord, C.-B. V7R 1R4. Tél. : (604) 987-2861. Télécopieur : (604) 987-9164. On peut se procurer gratuitement un disque témoin (préciser la dimension).

Dans l'étude intitulée **Profil économique de l'industrie des pêches commerciales de la Nouvelle Angleterre**, on examine l'ensemble des répercussions économiques de l'industrie sur la région. L'étude fournit un aperçu de la performance récente de l'industrie et examine la participation aux secteurs de l'industrie des pêches, de la transformation et de la distribution visant le nombre de vaisseaux, les usines de transformation et l'emploi. Les exportateurs canadiens de poissons et de fruits de mer peuvent obtenir des exemplaires de cette étude en communiquant avec Info-Export. Télécopieur : (613) 996-9709. Tél. (sans frais) : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°3

15 février 1991

Conférence sur les débouchés dans les pays du Pacifique

La principale conférence du Canada sur les débouchés dans les pays du Pacifique se tiendra du 11 au 13 mars 1991 à Calgary (Alberta).

La septième conférence sur les débouchés dans le Pacifique (PROC VII) portera surtout sur la façon dont le Canada peut faire concurrence à l'échelle internationale et tirer parti des possibilités commerciales et d'investissement dans la région.

Celle-ci consiste en marchés dynamiques tels que l'Australie, la Chine, Hong Kong, l'Indonésie, le Japon, la Corée, la Malaisie, la Nouvelle-Zélande, les Philippines, Taïwan et la Thaïlande.

Des cadres commerciaux supérieurs de ces marchés et des délégués commerciaux canadiens en mission dans la région feront des exposés au cours des séances. Ils se tiendront également à la disposition des participants qui désirent prendre rendez-vous avec eux pour des entretiens individuels.

Les séances comprendront une discussion détaillée et approfondie des facteurs qui influencent le succès des entreprises canadiennes sur ces marchés. Les sujets suivants seront traités : la dynamique actuelle du commerce, les investissements et les transferts de technologie dans la région du Pacifique; comment réussir à établir des entreprises conjointes, à transférer de la technologie et à exporter; la façon de percer sur les marchés; les incidences des facteurs culturels sur les relations commerciales;

les organismes de réglementation; les sources canadiennes et étrangères de financement; et les possibilités d'obtenir des contrats et de la sous-traitance dans le cadre de projets actuels et éventuels.

PROC VII est organisé par le Conseil économique du bassin du Pacifique, le Comité canadien, en collaboration avec la Chambre de commerce du Canada.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le programme et l'inscription, communiquer avec Mmes Dianne Caldbick ou Carole Fortier, la Chambre de commerce du Canada, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

Le commerce au Moyen-Orient après la crise du Golfe

Au cours des dernières années, le commerce entre le Canada et le Moyen-Orient a enregistré une croissance rapide.

En 1989, les exportations de produits ont augmenté de 40 % par rapport à l'année précédente et, lorsqu'on combine ces exportations à celles des services, le total est d'environ 1,6 milliard de dollars.

La croissance des échanges commerciaux révèle que les entreprises canadiennes sont plus confiantes depuis la fin de la guerre entre l'Iraq et l'Iran.

(Voir page 4: Le Moyen-Orient.)

Salon des communications et de l'informatique prévu en Espagne

Barcelone — Les entreprises canadiennes d'informatique ont la possibilité de participer au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à Informat'91, qui se tiendra dans cette ville du 27 mai au 1^{er} juin.

La manifestation annuelle, à laquelle le Canada participera pour la troisième année avec un pavillon national, comportera du matériel, des logiciels, des services, des télécommunications, du matériel informatique auxiliaire et des services d'experts-conseils.

L'année dernière, 7 entreprises canadiennes ont participé au Salon. Elles étaient parmi 682 entreprises de 26 pays et ont signalé qu'elles prévoyaient réaliser des ventes de plus de 3 millions de dollars.

En 1990, la majorité des 68 295 professionnels qui ont visité le Salon provenaient de l'Espagne; toutefois, il y avait aussi des observateurs et des acheteurs d'Andorre, du Portugal, de Hongrie, d'Italie, de Belgique et d'Allemagne.

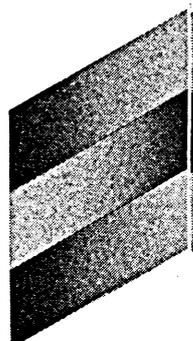
Les exportations canadiennes vers l'Espagne, dont l'économie est l'une des plus vigoureuses d'Europe, sont florissantes et, jusqu'en 1992, l'Espagne peut fournir une porte d'accès à la Communauté économique européenne.

En raison des nombreux faits nouveaux découlant de l'Exposition mondiale de 1992 et des Jeux olympiques qui se tiendront en Espagne, le pays accorde la priorité aux communications et à l'informatique.

A cet égard, l'Espagne compte libéraliser l'accès au marché de la télévision par câble et par satellite, du matériel de commutation et d'équipement PABX, ainsi que des modems.

Pour participer à Informat'91 ou obtenir des renseignements supplémentaires communiquer avec M. Wesley S. Rathwell, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0893. Télécopieur : (613) 995-6319.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux.....	3
Gros contrat canadien à Los Angeles	4
Les services financiers et l'Europe.....	5
Ateliers, foires commerciales.....	6
Le tourisme rapporte des milliards.....	7

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Vendez-vous mieux !

Nos lecteurs ont réagi avec intérêt à la publication des débouchés à Singapour. Cette publication a conduit à plus de 150 échanges entre des entreprises du Canada et de Singapour. De nombreuses entreprises canadiennes ont expédié des propositions sérieuses. D'autres ont tout simplement été à la pêche.

Ainsi, une compagnie canadienne a écrit à un homme d'affaires de Singapour :

"Nous pouvons vous fournir avec régularité, à un prix compétitif, les produits que vous recherchez. Nous vous expédierons ces produits promptement, sur réception de votre commande accompagnée d'une lettre de crédit irrévocable couvrant le prix d'achat."

L'homme d'affaires de Singapour aura peut-être la courtoisie de répondre mais il ne sera pas très bien renseigné sur la société canadienne, ses produits et son expertise.

Cette lettre donne l'impression d'une société dont le portefeuille de produits est à peu près inexistant mais qui se dit qu'elle trouvera des fournisseurs adéquats en temps et lieu pour satisfaire à la demande quelle qu'elle soit.

En insistant tout de suite sur la lettre de crédit irrévocable avant même d'avoir parlé affaires, la société dit à son interlocuteur : "vous êtes trop loin et trop inconnu pour qu'on puisse se fier à vous, qui que vous soyez".

Une lettre en réponse à une proposition d'affaires doit présenter certaines caractéristiques :

1. Présenter la société qui écrit, quelles sont ses activités, où s'exercent-elles, depuis combien de temps elle fonctionne, quelles sont ses réalisations ;
2. Présenter les produits ou les services que la société offre avec des catalogues détaillés ;
3. Si possible, donner une idée du prix CAF (coût-assurance et fret) et au minimum le prix FOB (free on board).

4. Préciser les conditions de paiement, le financement éventuellement disponible.

5. Je suggère fortement que le signataire de la lettre se présente également.

Au cours d'un voyage récent en Asie, tous mes interlocuteurs ont mis l'accent sur l'importance des contacts personnels. Souvent, leur décision d'acheter un produit ou un service découlera avant tout de la confiance que vous leur aurez inspirée. L'élément déterminant de la transaction sera fondé sur les personnes avant d'être fondé sur les produits.

Je préconise aux représentants des compagnies qui prévoient un voyage d'affaires d'expédier une brève biographie (quelques paragraphes sur les aspects que vous voulez mettre en relief) à leurs interlocuteurs. Les consultants fournissent leur curriculum vitae pour vendre leurs services. L'importance des relations personnelles étant ce qu'elle est dans plusieurs parties du monde, la même démarche se révélera utile aux fournisseurs de produits.

Les sociétés qui publient, dans les colonnes de *CanadExport*, les produits qu'elles recherchent, n'ont pas un urgent besoin de ces produits. Elles veulent souvent compléter une gamme de produits. Elles peuvent chercher des alternatives aux produits qu'elles représentent déjà. Elles peuvent vouloir vérifier la compétitivité de leurs fournisseurs actuels.

Quelles que soient les raisons, j'ai constaté les résultats de démarches bien faites qui ont conduit à l'établissement de relations commerciales fructueuses pour toutes sortes de raisons qui n'étaient pas évidentes à prime abord. Deux manufacturiers ontariens ont évincé des concurrents à Singapour en fournissant des produits plus chers mais beaucoup plus luxueux qui répondaient aux besoins d'un créneau.

Le premier contact avec un client potentiel est très important. Ce contact se fait souvent par écrit. Il doit laisser une impression de professionnalisme, de sérieux et témoigner du désir profond de donner satisfaction. Votre lettre doit susciter de l'intérêt et répondre aux questions que se pose le client potentiel à la recherche d'un produit ou d'un service. Lui écrire pour lui demander de s'expliquer ne satisfera aucune de ses attentes.

**Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré**

CANADEXPORT

Rédacteur en chef :

René-François Désamoré

Rédacteur en chef adjoint :

Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et

Mai Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télexcopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télexcopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

BRÉSIL — Un concepteur et fabricant de roues hydrauliques pour cloches de repêchage en acier et de petites pompes à eau agricoles, dont les ventes ont atteint, en 1989, 1,4 million de dollars US, désire conclure un accord de collaboration industrielle avec des entreprises canadiennes en vue d'améliorer l'efficacité de la conception des pompes, l'introduction de pompes éoliennes au Brésil et la fabrication de turbines à eau à basse pression. Communiquer avec Bill Denning, directeur de projet, CPCS Technologies Ltd., 740 ouest, rue Notre-Dame, bureau 760, Montréal H3C 3X6. Tél. : (514) 876-1915. Télécopieur : (514) 875-1023. Télex : 055-60147. (CPCS Technologies Ltd., avec le soutien financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme de trois ans visant à encourager les accords de collaboration industrielle entre les entreprises canadiennes et brésiliennes. Son client est la State Development Bank de l'État de Parana — BADEP).

BRÉSIL — Une entreprise, établie en 1977 et comptant 300 employés, spécialisée dans les concentrés de pigment et les additifs spécialisés pour la production de thermoplastique, désire conclure un accord de collaboration industrielle qui lui permettrait d'obtenir de la technologie servant à produire un nouvel alliage polymérique (des matières premières ou du matériel). Communiquer avec CPCS Technologies Ltd. tel qu'indiqué ci-dessus.

Grande-Bretagne — Une société de services maritimes désire représenter au Royaume-Uni des fabricants canadiens de bateaux à moteur et de voiliers. Communiquer avec Alan Jones, Director, Rigsound Marine Limited, 8 Hazel Road, Woolston, Southampton SO2 7GB. Tél. : 0703-441555. Télécopieur : 0703 420466.

Grande-Bretagne — Une entreprise locale désire établir, à titre d'agent, de distributeur ou d'importateur au Royaume-Uni, des relations avec des entreprises canadiennes qui fournissent des produits et des services aux établissements et aux foyers pour personnes âgées et handicapés.

Communiquer avec Graham Smith, Managing Director, Leslie Smith Limited, Unit GDI Fearnleys Mill, Dean Clough Industrial Park, Halifax, West Yorkshire. Tél. : 0422 355344. Télécopieur : 0422 321395.

SINGAPOUR — Une société établie en 1969 désire importer des produits et des systèmes industriels électroniques. Communiquer avec Chua Woo, Divisional Manager, Marketing, Singapore Electronic & Engineering Pte Ltd., 24 Ang Mo Kio St. 65, Industrial park 3, Singapore 2056. Tél. : 481-8888. Télécopieur : 481-4272.

SINGAPOUR — Une entreprise commerciale locale désire importer de la charcuterie. Communiquer avec

pore 1025. Tél. : 737-3331. Télécopieur : 296-0380.

SINGAPOUR — Le dernier cri en ce qui concerne le matériel et les machines dans le domaine des industries du dragage, du remorquage, du bois d'oeuvre, de l'exploitation minière, de la passation de contrats et de la construction sont recherchés par G.A.D. Keet, Managing Director, Straits Engineers Contracting Pte Ltd., 17 Tuas Crescent, Jurong, Singapore 2263. Tél. : 862-1821. Télécopieur : 861-4230.

SINGAPOUR — Une entreprise locale désire importer du polyéthylène. Communiquer avec Mark Khoo, General Manager, Sucaco Singapore Pte Ltd., 10 Anson Road #15-03, International Plaza, Singapore 0207. Tél. : 222-6623. Télécopieur : 221-1947.

SINGAPOUR —

Une société établie depuis 36 ans désire importer des démarreurs, des alternateurs, des régulateurs de tension, des pièces d'engrenage, des coussinets et des joints d'étanchéité (pièces de rechange pour des camions américains et des tracteurs Caterpillar), ainsi que des pièces électriques (pièces de rechange pour Delco Remy, Paris-Phone). Communiquer avec Y.S. Tan, Manager, Syndicate Agency Pte Ltd., 8 Foch Road, Singapore 0820. Tél. : 298-2660. Télécopieur : 297-2031.

SINGAPOUR — Des produits parainformatiques de haute technologie et des produits électroniques et électriques sont recherchés par Terence Phua, Marketing Manager, Masterchips Marketing Pte Ltd., 38A, Jalan Pemimpin #07-03, Wisdom Industrial Building, Singapore 2057. Tél. : 258-2988. Télécopieur : 258-8227.

TURQUIE — Une entreprise commerciale désire importer 30 000 mètres cubes de pulpe de bois et de billes de sciage (pin sylvestre, Douglas taxifolié, hêtre de l'Ouest) pour la fabrication de pâte et de carton gris. Elle recherche aussi 2 000 tonnes par mois de déchets de carton (CEPAC) pour fabriquer du carton. Communiquer avec Hasan Argun, Vehbi Lacin Co., Buyukdere Caddesi 21/5, Sisli, Istanbul, Turkey. Télécopieur : 90-1-130-1461.1461.

Chung Suan Lim, Manager, Xie Chun Trading Pte Ltd., Robinson Road, P.O. Box 2500, Singapore 9049. Tél. : 278-2488. Télécopieur : 273-0149.

SINGAPOUR — Des produits industriels et grand-public sont requis par Thoms Quah, Managing Director, AVO M & E Engineering Pte Ltd., 240 MacPherson Road #07-01C, Siong Huat Building, Singapore 1334. Tél. : 743-0601. Télécopieur : 747-1441.

SINGAPOUR — Une société, établie en 1987, désire importer du matériel pédagogique scientifique destiné aux écoles, et du matériel et des fournitures scientifiques et de diagnostic médical. Communiquer avec Patrick C. K. Yeo, Marketing Manager, Applied Biotech Pte Ltd., 100 Beach Road #17-02, Shaw Towers, Singapore 071. Tél. : 293-7400. Télécopieur : 298-3537.

SINGAPOUR — Une entreprise recherche de jeunes champignons de couche frais et exotiques. Communiquer avec Dr. K.K. Tan, Managing Director, Everbloom Mushroom Pte Ltd., No. 9 Jeletar West, Farmway 5, Singapore 2879. Tél. : 482-1071. Télécopieur : 482-1657.

SINGAPOUR — Une société commerciale établie en 1974 désire importer du polypropylène (qualité Prime Virgin M1 10). Communiquer avec Khoo Sian Chua, Director/Eric Khoo, Manager, Sian Chua Trading Company, No. 27 Robin Close, Singa-

Débouchés commerciaux

Retombées éventuelles d'un contrat de wagons de plusieurs millions à Los Angeles

La Los Angeles County Transportation Commission (LACTC) a passé à UTDC, la société qui appartient à Lavalin, à Kingston (Ont.), un contrat de 51 millions de dollars pour la fourniture de 40 wagons à impériale.

Le contrat, signé le 23 janvier, fournira des emplois à 300 personnes à l'usine de Thunder Bay; de nombreuses autres sociétés canadiennes pourraient bénéficier des retombées de ce contrat.

Déjà, GM Canada a commencé à négocier la fourniture de 17 locomotives diesel dont la valeur pourrait atteindre 34 millions de dollars supplémentaires.

Les commandes ne seront pas seulement passées aux fournisseurs réguliers d'UTDC; des possibilités pourraient s'offrir à d'autres entreprises canadiennes qui désirent soumissionner des contrats connexes, notamment dans les domaines suivants : les gares; le renforcement des assiettes de voies ferrées; et l'entretien.

Ces retombées pourraient s'accroître si la LACTC décidait d'acheter 60 autres wagons d'UTDC.

Il se peut qu'UTDC vende aussi des wagons au North Santiago County (30 wagons), au Riverside County (28) et à l'Orange County (24).

Depuis deux ans, des wagons à impériale, semblables à ceux utilisés par le Réseau GO à Toronto, sont très appréciés en Floride. UTDC n'a pas seulement vendu 18 wagons; elle gère aussi le trajet de 67 milles entre West Palm Beach, Fort Lauderdale et Miami pour le compte de la Tri-County Commuter Rail Authority.

Selon les cadres commerciaux d'AECEC, "ce contrat important (de Los Angeles) place UTDC dans une position qui lui permettra d'augmenter ses ventes aux États-Unis. Par la même occasion, il offre aux fournisseurs du transport public canadien la possibilité de participer à l'établissement et à l'entretien d'un réseau qui connaîtra une expansion pendant de nombreuses années et qui reliera Los Angeles à quatre comtés voisins."

Pour tout renseignement sur le contrat ou les possibilités commerciales connexes, communiquer avec M. Pierre

Morin, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement aux États-Unis (UTI), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 993-5149.

Télécopieur : (613) 990-9119.

Ou communiquer avec M. Bernard Brandenburg, consulat général du Canada à Los Angeles. Tél. : (213) 687-7432. Télécopieur : (213) 620-8827.

Le Moyen-Orient : mise à jour — (Suite de la première page.)

Cependant, l'invasion du Koweït par l'Iraq, en août dernier, et la reprise des hostilités au Moyen-Orient, auront sans aucun doute des répercussions négatives sur le commerce.

Bien qu'il soit impossible de prévoir les perspectives à court et à moyen termes, il y aura certainement des débouchés après la fin des combats.

De nombreuses occasions d'affaires s'offriront dans plusieurs secteurs, notamment les télécommunications, le matériel et les services dans le domaine du pétrole et du gaz, les transports, l'énergie, l'agriculture, les produits axés sur la sécurité et le logement.

Les sociétés canadiennes qui font depuis longtemps des affaires avec le Moyen-Orient seront les mieux placées pour tirer le meilleur parti de ces possibilités étant donné que, dans la plupart des cas, elles se sont engagées à long terme — une condition préalable pour réussir dans la région.

Les exportateurs canadiens seront tenus au courant des possibilités commerciales dans la région par des activités de promotion innovatrices qui seront entreprises par la Direction de l'expansion du commerce au Moyen-Orient (GMT) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

Pour renseignements sur les conditions du marché au Moyen-Orient, communiquer avec GMT. Tél. : (613) 993-7040. Télécopieur : (613) 952-3904.

Conseils aux voyageurs

AECEC conseille aux Canadiens de ne pas voyager dans les pays suivants touchés par la crise du Golfe : l'Arabie Saoudite, le Bahreïn, Qatar, le Koweït, l'Iraq, la Jordanie, le Yémen, la Syrie, la région est de Turquie, Israël et les territoires occupés par Israël, l'Algérie et le Soudan.

AECEC informe aussi les Canadiens résidant ou qui comptent voyager dans

les pays suivants de la possibilité de troubles civils : l'Égypte, l'Iran, les Émirats arabes unis, Oman, le Maroc, la Tunisie, le Pakistan, la Libye, la Mauritanie et le Bangladesh. Les Canadiens résidant dans ces pays devraient s'inscrire à la mission canadienne locale; les personnes qui comptent voyager dans ces régions devraient communiquer avec AECEC avant leur départ.

Pour le Moyen-Orient, tél. : (613) 992-6316 (région d'Ottawa); 1-800-267-6788 (ailleurs au Canada).

Pour d'autres destinations : (613) 996-4376.

Numéro de téléphone sans frais

AECEC a établi un numéro de téléphone sans frais d'appel pour les personnes au Canada qui désirent s'informer sur des Canadiens vivant ou voyageant au Moyen-Orient.

Cette ligne est ouverte 24 heures sur 24; des représentants consulaires, en rapport avec les missions canadiennes au Moyen-Orient, répondront aux appels — il est donc essentiel que les Canadiens résidant ou voyageant dans cette région s'inscrivent à la mission canadienne la plus proche. Voici le numéro de téléphone sans frais : 1-800-267-6788.

Pour obtenir des renseignements sur Carrefour '91 (voir *CanadExport* vol. 9, N° 2, 1er février 1991), communiquer, au (613) 996-1918, avec M. David Shearer, Direction des technologies de l'information et de l'électronique (TDE), AECEC. Tél. : (613) 996-1918. Télécopieur : (613) 996-9265.

Voici les coordonnées de l'ambassade du Canada à Moscou : (011-7-095) 241-5882/241-5070/230-2136. Télécopieur : (011-7-095) 241-4400.

L'Europe de 1992 : les services financiers

La libéralisation du marché intérieur européen visant les services financiers est un élément important du programme de l'Europe de 1992. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a publié récemment deux études sur l'importance de la législation de la Communauté européenne (CE) dans ce secteur pour le projet d'unification du marché européen et sur les effets qu'elle aura sur les institutions financières canadiennes.

Le secteur des services financiers représente de 3 à 4 % du total de l'emploi dans la CE. La libéralisation dans ce secteur favorise en outre les fusions, les acquisitions et la restructuration qui se déroulent à l'échelle de l'Europe à la suite de l'initiative de l'Europe de 1992.

« La concurrence s'intensifie dans la CE », a déclaré M. J. R. LaBrosse, directeur des Institutions financières au ministère des Finances. « Certains observateurs suggèrent que nombre de banques européennes disparaîtront après 1992 et que seulement 15 ou 20 d'entre elles survivront. Ces observations sont exagérées. »

M. LaBrosse est président du groupe de travail interministériel dont le rapport sur les services financiers vient d'être publié. Dans le cadre de son Programme Défi Europe 1992, AECEC est à l'origine de la formation de 15 groupes de travail interministériels qui examinent les nouveaux règlements qui touchent le Canada. M. LaBrosse a fait ces déclarations lors de la conférence « Europe in Transition » qui a eu lieu le 15 janvier à Toronto.

La Deuxième directive bancaire

La principale directive de la CE visant les services financiers dans le cadre du programme de libéralisation de 1992 est la Deuxième directive bancaire. Les directives de la CE fixent des objectifs obligatoires, mais permettent aux États membres de les traduire en législation nationale. La Deuxième directive bancaire traite de la création et de l'application d'une licence bancaire unique pour la CE. Cette directive repose sur les principes de traitement national et de reconnaissance mutuelle.

Le traitement national signifie, par exemple, que la filiale d'une banque britannique en France sera traitée

comme une banque française.

La reconnaissance mutuelle signifie que chaque pays membre de la CE reconnaîtra les règles en matière de licences des autres pays membres et appliquera ses propres règles d'exploitation sans discrimination envers les succursales des banques détenant une licence d'autres États membres de la CE. Il s'agit du principe de « contrôle par le pays d'origine ».

Par exemple, une succursale d'une banque britannique en France sera soumise aux règles britanniques en matière de licences et non aux règles françaises et sera exploitée en vertu des règles d'exploitation françaises en ce qui concerne la réglementation monétaire, la liquidité, etc.

« Le principe de contrôle par le pays d'origine n'est acceptable à titre de mesure équitable que si les régimes dans les pays d'origine ne sont pas trop différents », a déclaré M. Julian Arkell, conseiller de British Invisibles, London, lors de la conférence de Toronto.

La reconnaissance de la nécessité d'un minimum d'harmonisation des règlements a aussi donné lieu à des propositions de coopération entre les pays de la CE en ce qui a trait au crédit à la consommation, le blanchissement de l'argent, la solvabilité, les mouvements de capitaux, les exigences relatives aux capitaux pour les banquiers et les courtiers ainsi que les transactions frauduleuses.

La Deuxième directive bancaire, a déclaré M. Arkell, est appuyée de deux directives sur les fonds mutuels et les services d'investissement. En outre, l'harmonisation minimale en prudence fait l'objet de huit directives sur les banques, cinq sur les valeurs mobilières et trois sur la circulation des capitaux.

« Les filiales des banques et des compagnies d'assurance canadiennes sont libres de s'installer dans tout pays de la CE et dès qu'elles auront obtenu une licence, elles recevront le traitement national et, par la suite, seront traitées comme des entreprises de la CE », a déclaré M. Arkell.

La réciprocité

L'expression « dès qu'elles auront obtenu une licence » soulève la question importante de la réciprocité. La

réciprocité est le principe voulant que l'accès au marché du pays B par le pays A dépend de, si oui ou non et dans quelle mesure, le pays B a accès au marché du pays A.

L'ébauche initiale de la Deuxième directive bancaire a causé des préoccupations à cause de la définition qu'elle contenait de la réciprocité. La version définitive de la directive, qui a eu force de loi en décembre 1989, a éliminé certaines inquiétudes, mais d'autres demeurent toujours.

Le rapport du Groupe de travail interministériel sur les services financiers indique qu'il existe toujours des incertitudes sur la façon dont la CE interprétera l'article sur la réciprocité et qu'il est important que les ministères et l'industrie continuent de surveiller les faits nouveaux à ce sujet, qu'ils maintiennent des communications ouvertes avec la CE à ce sujet et qu'ils tentent d'influer sur la CE quant à l'application de l'article sur la réciprocité.

Les stratégies pour les institutions financières canadiennes

Un autre rapport sur les services financiers de la série d'AECEC 1992 Impact de l'unification du marché européen a été distribué lors de la conférence de Toronto.

Ce rapport, rédigé par Phillippe Daude-Lagrange, indique que les banques et les compagnies d'assurance canadiennes ont des possibilités de prendre de l'expansion dans le marché européen au moyen de services financiers spécialisés comme le traitement des fusions et des acquisitions, la gestion de fonds, le financement des ressources naturelles, l'assurance sur la vie et les produits reliés aux pensions.

Ce rapport suggère que les entreprises canadiennes ont un potentiel énorme hors de leur base traditionnelle de Londres, en Angleterre, où « on trouve 450 banques étrangères... et, selon certains, pour 450 raisons ».

Ce rapport reconnaît qu'en dépit d'excellents produits, les institutions financières canadiennes accusent un retard à cause de l'absence de réseaux de distribution, et suggère que l'on peut remédier à ce problème grâce aux

(Voir page 6 : L'Europe de 1992.)

Ateliers sur l'Australie et la Nouvelle-Zélande

L'accès des exportations canadiennes aux marchés d'Australie et de Nouvelle-Zélande est le sujet de séances gratuites d'une demi-journée (matinée) qui seront offertes à Toronto (le 5 mars) et à Montréal (le 6 mars).

On y offrira des renseignements pratiques sur la manière de pénétrer ces marchés, en offrant des réponses à des questions telles que : « Votre produit peut-il être importé à un tarif préférentiel? », « Comment calculer la taxe de vente applicable? », « Quels sont les produits interdits? », ou « De quels documents avez-vous besoin? »

Une nouvelle publication, *Aspects pratiques de l'accès aux marchés* en Australie et en Nouvelle Zélande, sera distribuée aux ateliers. Offerts par AECEC, les ateliers seront dirigés par Ray Buciak de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud d'AECEC.

Pour s'inscrire aux ateliers ou obtenir d'autres renseignements, communiquer avec Geoff Jones, Centre du commerce international à Toronto, au (146) 973-5052, télécopieur : (416) 973-8161; ou avec Carol Conway, Centre du commerce international à Montréal, au (514) 283-8793, télécopieur (514) 283-8794.

L'Europe de 1992

(Suite de la page 5.)

compétences canadienne en commercialisation directe.

Pour obtenir plus de détails sur l'Europe de 1992 et le secteur des services financiers, consulter le rapport d'AECEC intitulé *1992 Impact de l'unification du marché européen* et le *Rapport du Groupe de travail interministériel sur les services financiers*. On peut obtenir ces rapports, qui traitent aussi de l'industrie des assurances, auprès d'Info-Export. Tél. : 1-800-267-8376. Télécopieur : (613) 996-9709.

Pour de plus amples renseignements sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction des relations économiques et commerciales avec la communauté européenne (REM). Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

Une foire commerciale aux Bermudes

Hamilton — Une activité de promotion commerciale canadienne d'Affaires extérieures et commerce extérieur Canada (AECEC) aura lieu du 8 au 10 avril 1991 à Hamilton, aux Bermudes, l'un des marchés les plus importants et croissants du Canada dans les Antilles.

Le Salon commercial canadien, organisé dans une région où 600 000 visiteurs dépensent 500 millions de dollars (US) par année, représente pour les participants canadiens un marché idéal pour les produits et les services reliés au tourisme ainsi que les produits de consommation dont une variété de cadeaux et de souvenirs.

Cependant, d'autres secteurs offrent aussi des débouchés pour les exportateurs canadiens, en particulier parce que les Bermudes importent pratiquement tout ce qui est utilisé ou vendu dans l'île. (En 1989, le Canada a exporté pour 37 millions de dollars de produits et de services aux Bermudes.)

Dans l'ensemble, les meilleures perspectives pour les exportateurs canadiens aux Bermudes sont les suivantes :

- les aliments (porc frais ou congelé, bacon, saucisse, fruits de mer, pâtes alimentaires, concentrés de jus de fruit, pommes de terre de table, légumes congelés);
- les matériaux de construction (bois d'oeuvre, contreplaqué, clôtures, acier de structure, portes, peinture, fenêtres, filerie et appareils électriques);
- l'équipement et les fournitures (équipement de manutention de matériaux, pièces de véhicules motorisés, matériel d'emballage, matériel de climatisation, appareils de plomberie, télécommunication et logiciel informatique, fournitures pharmaceutiques et médicales); et
- les produits de consommation (parfum, articles de toilette, joaillerie, disques et cassettes audio, articles de sport, livres, revues, vêtements pour hommes, femmes et enfants, voiliers et bateaux de plaisance motorisés).

Les entreprises participant au salon commercial canadien rencontreront des agents, des distributeurs, des utilisateurs et des acheteurs en vue de vendre leurs produits et leurs services finis. D'autres formes de commer-

cialisation prometteuses peuvent aussi être établies dont les entreprises conjointes et les ententes donnant lieu à une licence.

Lors de la foire de l'an dernier, les exposants canadiens ont réalisé des ventes de 4 à 5 millions de dollars.

La foire de 1991 promet d'être aussi réussie puisqu'elle est considérée par ses organisateurs comme l'un des meilleurs moyens de pénétrer ce marché.

Pour participer au salon commercial canadien (premiers venus, premiers servis) ou pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Paul Schutte, Foires et missions (LCTF), Secteur de l'Amérique latine et des Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 996-0677.

Foire sur les télécommunications en URSS

Moscou — Les principales entreprises canadiennes de fabrication et de services ont la possibilité de participer, du 5 au 10 juin 1991, à Expo Comm '91 lors de laquelle Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) tiendra un stand national pour la première fois.

Cette foire présentera une gamme complète de matériel et de technologie étrangère, y compris dans les domaines des télécommunications, du matériel et des services (p. ex. équipement de commutation téléphonique), des communications dans les régions rurales et dans le grand Nord, de la transmission de données, de stations satellites au sol et de systèmes de régulation.

Le stand national du Canada (n° 1101) occupera 200 mètres carrés au Centre d'exposition des réalisations économiques de l'URSS (VDNH).

Pour participer ou recevoir de plus amples renseignements sur Expo Comm '91, communiquer avec M. William J. Heslop, Foires et missions en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5263. Télécopieur : (613) 995-6319.

Le tourisme rapporte des milliards

Au Canada, le tourisme est une industrie qui rapporte 25 milliards de dollars par an; ce secteur occupe donc, à lui seul, la troisième place comme source de devises étrangères après les véhicules à moteur et les pièces d'automobiles. De plus, il génère annuellement des revenus d'environ 11 milliards de dollars (en impôts) à tous les paliers de gouvernement au Canada.

Il incombe principalement à deux ministères fédéraux de veiller à ce que l'industrie du tourisme demeure une source importante de revenus. Depuis 1982, ces deux ministères se partagent la mise en vigueur du programme de tourisme du Canada à l'étranger.

Tourisme Canada établit les stratégies à mettre en oeuvre, gère et finance les programmes de publicité et de relations publiques et fournit une partie des fonds pour activités de promotion.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) gère et finance le réseau de 25 bureaux de tourisme à l'étranger. Par ordre d'importance, ces bureaux sont situés dans les pays suivants : États-Unis, Royaume-Uni, Japon, France, Allemagne, Hong Kong, Australie, Pays-Bas, Mexique, Corée du Sud et Taiwan. Toutes les autres missions participent aux travaux de développement du tourisme, mais à temps partiel seulement.

Prévisions sur le tourisme en 1991

Les États-Unis (É.-U.) demeurent la source principale des revenus touristiques du Canada; toutefois, on prévoit que les revenus provenant de ce pays et des quatre autres sources principales du Canada (le Royaume-Uni, le Japon, la France et l'Allemagne) diminueront en 1991. Cependant, les É.-U. demeurent une cible principale et des programmes ont été élaborés ou sont en cours d'élaboration pour acquérir ce marché.

Au moyen de la nouvelle **Meetings, Conventions and Incentive Travel (MC&IT) Strategy** (stratégie des voyages d'assemblées, de congrès et de motivation), **Tourisme Canada** et **Douanes Canada**, ainsi que des entreprises privées, font la promotion du Canada comme endroit idéal pour organiser des congrès, des conférences et des assemblées d'associations.

Une autre mesure encourage les voyageurs d'affaires américains au Canada à ajouter un élément d'agrément à leur voyage. (En 1988, les voyageurs d'affaires étrangers ont dépensé 1,34 milliard de dollars au Canada, soit en-

viron 20 % des revenus en devises étrangères générés par le tourisme.)

En outre, des bureaux de Douanes Canada ont été ouverts à Toronto, Montréal et Vancouver pour faciliter aux exposants et aux congressistes l'accès au Canada. L'entrée des exposants au Canada peut être approuvée alors que leurs organisateurs installent les stands.

De plus, le gouvernement canadien compte 15 spécialistes des assemblées dans des centres partout aux États-Unis. Ces spécialistes, qui possèdent de vastes connaissances et des instruments de promotion, peuvent planifier les congrès de la meilleure façon possible. Et, dans les consulats du Canada, à travers les É.-U., des agents commerciaux rencontrent des organisateurs de congrès en vue de leur fournir des renseignements détaillés sur ce que le Canada peut offrir.

En ce qui concerne la contribution d'AECEC au tourisme, les programmes très réussis **Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF)** et **Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud (NEXUS)** accroîtront leurs activités en 1991.

Le NEEF fournit aux petites et aux moyennes entreprises des informations sur la manière d'établir des stratégies de marché dans les États frontaliers des É.-U.; le NEXUS aide les entrepreneurs canadiens dans les États frontaliers aux É.-U. à étendre leurs activités aux États américains du Sud.

Dans le cadre de ces programmes, les agents de tourisme dans les bureaux commerciaux canadiens aux É.-U. collaboreront avec des associations et des entreprises touristiques afin de promouvoir le Canada comme destination touristique et de leur faciliter l'accès à ces nouveaux marchés.

Tout cela est complété par les info-expos et les carrefours touristiques pour la presse parrainés par AECEC (**West Coast Canada Media Market Place**, Los Angeles, 30 av.-2 mai 1991; **Media Market Place**, New York, mars 1992; et **Familiarization Tours** pour le secteur touristique et médias des É.-U.).

Marchés en développement

Au cours des 11 premiers mois de 1990, les pays qui ont fourni les plus grands contingents de touristes au Canada sont, par ordre de croissance en pourcentage, les suivants : l'Espagne (croissance de 24,9 %, 23 641 visiteurs), le Venezuela (21,1 %, 9 556) et la Corée du Sud (17,9 %, 33 790).

Depuis l'année dernière, le gouverne-

ment du Canada, au moyen du **Emerging and Secondary Market Opportunities Program** (programme des possibilités sur les marchés en développement et les marchés secondaires), porte ses efforts surtout vers les marchés en développement. On a demandé aux missions commerciales d'AECEC dans un nombre de ces marchés secondaires de consacrer une partie de leur temps à la fonction de développement du tourisme. Quelque 44 projets sont en cours d'exécution ou sont achevés.

Deux de ces marchés qui se distinguent par leur potentiel de croissance sont la Corée du Sud et Taiwan.

Ces deux pays ont récemment facilité à leurs citoyens les voyages à l'étranger et ils ont enregistré la croissance la plus importante du PNB à l'échelle mondiale. Grâce aux liaisons aériennes qu'ils ont maintenant avec le Canada, on prévoit que les relations du Canada avec ces deux marchés dans le domaine du tourisme seront florissantes.

Les missions à l'étranger, en plus de distribuer la nouvelle publication de promotion du tourisme de l'Association de l'industrie touristique du Canada, mettront en oeuvre un programme dynamique d'activités fondé sur la participation des Canadiens aux foires commerciales principales dans le domaine du tourisme.

Voici quelques-unes des foires prévues pour novembre 1991 : la **World Travel Market (WTM)** à Londres (Angleterre); la **Frankfurt Workshop**, en Allemagne; et la **Reverse Rendez-Vous Canada** à Tokyo (Japon).

Au cours de ces manifestations, les fournisseurs canadiens de produits et de services relatifs au tourisme rencontrent des acheteurs de ces produits. En général, chaque mission vise des segments de ses marchés respectifs, qui ont un rendement élevé et qui sont susceptibles de croître considérablement.

Les missions moins importantes à l'étranger porteront surtout leurs efforts sur des activités de promotion en collaborant avec des compagnies aériennes et des agences de voyage en gros et au détail, et elles organiseront des visites de représentants de médias et de gens d'affaires au Canada.

Pour renseignements, communiquer avec M. J. Normand Guerin, directeur adjoint, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), AECEC. Tél. : (613) 998-8823. Télécopieur : (613) 990-9119.

AU CALENDRIER

Calgary — 11-13 mars — Septième conférence sur les débouchés dans le Pacifique (PROC VII). Cette conférence, qui porte sur les débouchés commerciaux qu'offrent les pays en bordure du Pacifique, est organisée sur le thème « Aller de pair avec la concurrence : Relever le défi du Pacifique ». Communiquer avec Dianne Caldbick, Groupe de l'Asie-Pacifique, Chambre de commerce du Canada. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

Québec — 13-15 mars — Le monde de l'entreprise informelle : économie souterraine ou parallèle. Organisée à l'université Laval, cette conférence internationale portera sur l'importance de l'entreprise informelle dans l'économie mondiale actuelle. Une trentaine de spécialistes internationaux feront un tour d'horizon de la problématique de l'entreprise informelle; sa situation dans le monde actuel; son environnement et son avenir. Pour inscription (160 \$), communiquer avec M. Rolando Arellano, Faculté des sciences de l'administration, université Laval. Tél. : (418) 656-3225. Télécopieur : (418) 656-2624.

Toronto — 20-21 avril — Growing Naturally: Salon annuel du printemps '91 de l'Association canadienne d'aliments de santé (ACAS). Communiquer avec Nancy Ostrander, ACAS. Tél. : (604) 731-4664. Télécopieur : (604) 734-6909.

Montréal — 21-23 avril — Super Salon de l'Alimentation (SSA) International. Ce salon, l'un des plus importants au Canada pour le secteur de la distribution alimentaire, présentera des nouveautés au niveau des produits alimentaires et non alimentaires, des

équipements et des services connexes (décoration, transport, comptabilité, etc.) Pour inscription, communiquer avec Josée de Grandmont, SSA International. Tél. : (514) 745-0280. Télécopieur : (514) 745-6093.

Hamilton — 24-25 avril — Conférence et exposition annuelles de l'Association des fabricants de pièces d'automobile

(APMA). Cet événement, organisé sur le thème « Créer de nouvelles alliances » attirera, cette année, plus de 400 cadres et professionnels du Canada et des États-Unis. Pour plus de renseignements, communiquer avec Jack B. Litton, Director of Operations, APMA. Tél. : (416) 366-9673. Télécopieur : (416) 366-9685.

Publications

Publications d'AECEC

Les publications suivantes sont disponibles auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Viennent de paraître

Les exportateurs canadiens de poissons et de fruits de mer peuvent se procurer le rapport sur le *Sea Fare International 1990* (#20TB) Show (salon international des produits de la mer de 1990) — tenu du 7 au 9 février à Long Beach (Californie). La publication met l'accent sur les activités et les produits exposés au Salon, mais elle donne aussi un excellent aperçu des marchés de fruits de mer en Californie et aux États-Unis. Sea Fare International est le principal salon de produits de la mer; il dessert 26 millions de consommateurs sur le marché dynamique de la Californie. Des annexes de la publication comprennent des données sur les fruits de mer les plus recherchés de la Californie. Pour obtenir des exemplaires du rapport, communiquer avec Info-Export. Télécopieur : (613) 996-9709. Tél. : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Encore disponibles

• *Les normes, le commerce et l'Europe de*

1992 (#12EF)

• *Guide de l'exportateur à l'ANASE* (#6CF)
• *Comment distribuer des logiciels aux États-Unis* (#65UF)

Autres publications

Deux rapports du ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario ont été publiés lors d'une conférence récente sur la nouvelle Europe. Intitulés *L'Europe de 1992 et l'industrie ontarienne de la protection de l'environnement et L'Europe de 1992 et l'industrie aérospatiale ontarienne*, ces rapports pourraient permettre aux entreprises de l'Ontario de mieux comprendre les changements politiques et économiques touchant ces secteurs. Chacun d'eux décrit les possibilités actuelles et éventuelles reliées au processus d'intégration de l'Europe et examine les possibilités de pénétration sur les marchés qui s'offrent aux entreprises de l'Ontario qui en relèvent le défi. Pour en obtenir des exemplaires, communiquer avec Eleonore Rupprecht, ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, Direction Europe, Moyen-Orient, Afrique, 900, rue Bay, Hearst Block, Queen's Park, Toronto (Ont.) M7A 2E1. Télécopieur : (416) 965-8852.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°4

1^{er} mars 1991

DANS CE NUMÉRO

Les foires : une mine d'or.....	2
L'environnement au Brésil.....	3
La filière Canada-Singapour.....	4
Libre-échange avec le Mexique.....	5
La câblodistribution en France.....	8
Le matériel de contrôle en Suisse.....	11

Projets de construction de 125 milliards de dollars à Taiwan

Un programme de construction national de six ans, comportant des investissements de plus de 125 milliards de dollars US, pourrait offrir de nombreuses possibilités aux exportateurs canadiens de technologie et de savoir-faire. Le programme comprend les projets suivants :

- la construction d'une voie ferrée (16,1 milliards de dollars US);
- des réseaux métropolitains de transport en commun rapide (10 milliards de dollars US);
- des autoroutes (26,6 milliards de dollars US);
- l'agrandissement des installations aéroportuaires (963 millions de dollars US);
- la protection de l'environnement (5,9 milliards de dollars US);
- les télécommunications (4,1 milliards de dollars US);
- le développement de l'énergie, y compris l'énergie thermique et hydraulique (37,9 milliards de dollars US);
- l'expansion de l'industrie sidérurgique (1,9 milliards de dollars US);
- l'expansion de l'industrie pétrochimique (762 millions de dollars US); et
- le développement des ressources hydrauliques, y compris l'utilisation, le drainage et le contrôle des inondations (18,1 milliards de dollars US).

Les entreprises canadiennes désirant participer à certains de ces projets ou obtenir des renseignements supplémentaires peuvent communiquer avec M. André LeBlanc, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Ou communiquer directement avec M. Ted Lipman à : Canadian Trade Office in Taipei (CTOT), 13th Floor, 365, Fu Hsing North Road, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-713-7268. Télécopieur : 886-2-712-7244.

Le CTOT a été établi en 1986 par la Chambre de Commerce du Canada afin de promouvoir le commerce et l'investissement bilatéraux entre Taiwan et le Canada.

Foires et missions en Europe, 1991-1992

Voir pages 6-7

Le Mexique s'ouvre aux machines-outils, matériel de travail des métaux

Le marché des machines-outils et du matériel de travail des métaux au Mexique amorce une période de croissance qui devrait durer cinq ans.

Puisque le Mexique dépend grandement des machines et du matériel importés, ces secteurs devraient offrir d'avantage de débouchés aux exportateurs canadiens de ces produits.

L'adhésion du Mexique à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) en 1986 oblige ce pays et son industrie à devenir plus productifs et concurrentiels à l'échelle internationale. Pour cela, le Mexique doit acquérir de nouvelles technologies de très bonne qualité.

Les meilleures possibilités de vente s'offrent aux fabricants canadiens des produits suivants : machines-outils à commande numérique, centres d'usinage, tours, fraiseuses, affûteuses, machines à centrer, machines à polir, machines à tronçonner, machines à cisailier, machines à plier et à former, gabarits et machines à aléser verticales, fraiseuses horizontales, machines à usiner les dentures d'engrenage, machines à polir et à moulurer, machines à copier, étaux-limeurs, machines à scier, machines à tronçonner, groupes de soudure à l'arc, machines à tréfiler, presses, pinces à couper, scies, coins, couteaux, lames, filières et outils spéciaux, pièces et accessoires.

Bien que les machines-outils tra-

vaillant le métal par enlèvement (40 % de l'ensemble des importations) soient le segment le plus important de ce secteur en termes de dollars, on prévoit que le segment qui enregistrera la plus grande croissance sera le matériel à former les métaux (32 %), et le matériel électrique et non électrique.

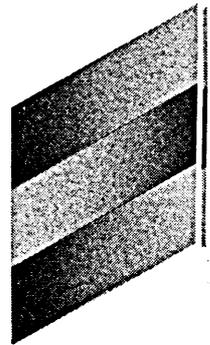
En raison des moyens financiers intérieurs limités, les acheteurs mexicains doivent souvent tenir compte de l'aspect financier plutôt que de la qualité lorsqu'ils achètent du matériel. Lorsque cela est possible, les entreprises canadiennes devraient être prêtes à offrir diverses possibilités de financement.

Un autre bon moyen pour les fournisseurs canadiens de pénétrer le marché mexicain est de participer à des foires commerciales, et l'établissement d'une franchise de distribution ou le choix d'un représentant/distributeur au Mexique.

Au Mexique, le marché est hautement concurrentiel. Les exportateurs doivent donc y maintenir une présence dynamique et acquérir une bonne réputation fondée sur le rendement de leurs produits, leurs prix et leurs services concurrentiels.

Pour renseignement sur le marché mexicain, joindre M. Gil Rishchynski, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud (LST), AECEC, Ottawa. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 996-0677.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Les foires : une mine d'or

Les foires commerciales sont les événements qui suscitent le plus de commentaires enthousiastes de la part des exportateurs canadiens qui y participent. Elles attirent une clientèle avertie et toute prête à acheter le bon produit, au bon prix. Un acheteur visite une foire pour prendre des décisions d'achat et pour comparer les produits. Il ne s'y rend pas en touriste. Les foires sont donc un endroit propice aux négociations et aux discussions conduisant à la présentation de produits.

Par ailleurs, un exposant ne doit pas non plus se rendre à une foire en touriste. Il s'agit d'y rencontrer sans cesse de très nombreux clients grâce à une démarche systématique visant à obtenir des renseignements précis.

Bien choisir

La première étape consiste à choisir la bonne foire. Pour cela, l'entreprise doit bien définir ses objectifs à l'exportation et connaître le marché qu'elle vise. L'entreprise peut demander aux organisateurs des foires dans son secteur d'activité, le profil des visiteurs. Ce profil est généralement disponible et bien documenté. Il permet de sélectionner les foires dont le profil des visiteurs correspond le mieux au profil de la clientèle de l'entreprise.

La planification

La foire choisie, il s'agit de planifier sa participation, de déterminer qui y participera, la grandeur du kiosque (règle générale 50 pieds carrés par personne) et son agencement. Le kiosque doit, au premier coup d'oeil, identifier votre entreprise et ce qu'elle fait.

Le personnel

Les représentants au kiosque joueront un rôle crucial. Il ne s'agit pas d'y envoyer l'employé qui mérite un voyage, mais les personnes qui possèdent les meilleures techniques de ventes pour atteindre l'objectif visé : identifier les clients avec le plus de potentiel. Ces personnes doivent avoir des responsabilités précises, connaître leurs objectifs, utiliser les techniques de ventes

appropriées et maîtriser l'art de tenir un stand.

Un rythme de travail soutenu

En règle générale, un représentant peut voir 5 à 10 clients à l'heure par périodes de quatre heures. Cet objectif exigeant vous accorde 10 secondes pour vous introduire, 30 secondes pour évaluer s'il s'agit d'un client éventuel pour votre produit, et 5 minutes pour expliquer votre offre et conclure. A l'issue de cet entretien, vous obtiendrez la carte de visite de ce client et vous ferez une promesse de suivi. De ce suivi, fait par vous même ou un représentant local éventuel, dépendra le succès de l'opération.

Tenir un stand est une activité exigeante. Il faut en effet s'y conduire comme dans le bureau d'un client, c'est-à-dire ne pas y manger, fumer ou bavarder. En affaires aussi, la première impression qu'on laisse est très importante. On ne dispose pas d'une deuxième occasion de faire bonne impression. Il est donc utile de se faire remplacer après quatre heures pour ne pas manifester d'agressivité, de fatigue ou exprimer des critiques aux visiteurs.

La participation à une foire doit être précédée de publicité. Une bonne idée consiste à inviter, par téléphone, vos dix meilleurs clients potentiels. Ils refuseront rarement de passer vous voir. Si vous ne pouvez les appeler, une lettre personnelle sera très utile. Vous pouvez leur annoncer des spéciaux ou de nouveaux produits.

N'oubliez pas de calculer vos prix dans la monnaie du pays, produit rendu à destination (CAF).

À suivre

De retour à l'entreprise, il reste à lancer l'étape cruciale de l'évaluation et du suivi. Si vous vous êtes imposé la discipline de voir autant de clients à chaque heure, il faut s'astreindre à en recueillir les bénéfices en respectant toutes les promesses faites lors de cette foire. Un client sans suivi est un client perdu.

CanadExport publie dans ce numéro et les prochains, en

commençant ici avec l'Europe, la liste des foires et missions auxquelles participera Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à travers le monde. Ces listes donnent des coordonnées pour plus d'information. Le Centre du commerce international de votre région (voir liste page 11) peut également vous conseiller sur la façon de participer aux foires patronnées par AECEC. Vous pouvez également y visionner une bande vidéo qui explique en détail les conseils offerts ci-dessus.

Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré

CANADÉXPOR

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur en chef adjoint :
Louis Kovacs
Rédacteur : Don Wight
Adjoints à la production : Mark Leahy
et Maï Juris
Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Télex : 053-3745 (BPT).
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 66 000 exemplaires.
INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)
Tél. : 1-800-267-8376
Région d'Ottawa : 993-6435
Télécopieur : (613) 996-9709

CANADÉXPOR est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).
Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.
Expédier à : CANADÉXPOR (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2.
ISSN 0823-3330

Brésil

Marchés prometteurs en environnement

« Chaque secteur industriel est influencé par l'environnement et, dans la plupart des cas, il présente des débouchés. » C'est l'une des constatations qui figurent dans le rapport rédigé par M. Peter H. Rosenberg, l'un des participants à une mission effectuée, il y a quelques mois, au Brésil, par des experts-conseils du Québec, dans le cadre de projets d'investissement.

Cette mission était organisée par le gouvernement du Canada.

Les membres de la mission — y compris des représentants d'entreprises d'ingénierie et de gestion de projets, établies au Québec — ont tous trouvé que l'économie du Brésil, récemment libéralisée, présente de nombreuses possibilités.

Les secteurs principaux qui, selon le rapport, offrent des débouchés pour la technologie et le savoir-faire canadiens sont, entre autres, les télécommunications, l'exploitation minière, les forêts, l'agriculture, la construction, le transport et l'environnement.

D'après le rapport de M. Rosenberg, le Brésil vient de commencer à développer une industrie de protection de l'environnement, mais les progrès sont lents et ça demande du temps.

Les sociétés qui offrent une vaste gamme de produits et de services dans le domaine de l'environnement pourront tirer parti de cette situation.

Actuellement, on étudie, partout au Brésil, des programmes visant la protection et la conservation de l'environnement, certains avec l'aide de l'étranger et d'autres sans aide. Étant donné que la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement se tiendra au Brésil en juin 1992, ce pays accorde beaucoup d'attention aux questions sur l'environnement et leur consacre beaucoup de ressources.

La Banque mondiale planifie un certain nombre de projets de plusieurs millions de dollars et envisage de financer des projets reliés à l'environnement.

Plusieurs pays, y compris l'Allemagne, ont consacré des centaines de millions de dollars à des projets destinés à protéger l'environnement au Brésil. Le Canada contribue également, mais dans une moindre mesure, à la réalisation de projets semblables — des accords ont été signés entre Environnement Canada

et des organismes brésiliens locaux pour l'amélioration de la qualité de l'eau, et le Canada a parrainé des programmes de formation et des visites de spécialistes brésiliens au Canada.

Voici les domaines qui, selon le rapport, offrent le plus de possibilités :

- des programmes d'information sur l'environnement et des programmes éducatifs destinés au grand public;
- des projets de consultation dans les secteurs suivants :
 - le pétrole et le gaz, par l'entremise de la compagnie pétrolière nationale, Petrobras, ou ses filiales pétrochimiques dans plusieurs États;
 - l'énergie, par l'intermédiaire de la société publique, Electrobras;
 - les forêts, par l'entremise d'organismes gouvernementaux;
 - les technologies de télédétection, par le biais du centre de recherche spatiale, INPE;
 - le transport : des projets d'études de faisabilité de l'infrastructure pour les chemins de fer;
 - les problèmes urbains tels que l'évacuation des vidanges; et
 - le nettoyage des ports et des rivières.

Alors que le marché brésilien de plusieurs millions de dollars se développe, il sera possible de vendre directement des produits et des services. D'autres possibilités s'offriront aussi, y compris des accords d'octroi de licences, d'entreprise conjointe et de transfert de technologie.

Le rapport conclut que l'industrie environnementale sera, sans aucun doute, un marché lucratif dans les an-

nées 1990; elle créera des emplois dans le domaine de la haute-technologie axée sur les connaissances et offrira de nouvelles possibilités d'investissement et de commerce extérieur ainsi que de nouveaux débouchés aux petites et aux moyennes entreprises.

La mission d'évaluation du marché brésilien, d'une durée de 12 jours (dirigée par le délégué commercial du Centre du commerce international à Montréal, M. Irving Friedman) comprenait les entreprises suivantes : DTI Telecom Inc., SSSI International Inc. (construction clé en main) et Canac International Inc. (experts-conseils dans les domaines du transport et des télécommunications), toutes de Montréal, ainsi que Lupien Rosenberg et Associés Inc. (environnement), de Lachine (Québec), et Roche Ltée (experts-conseils en ingénierie), de Sainte-Foy (Québec).

La mission était organisée en collaboration avec l'Association des ingénieurs-conseils du Québec.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la mission, communiquer avec M. Irving Friedman, délégué commercial, Centre du commerce international, Montréal. Tél. : (514) 283-3249. Télécopieur : (514) 283-8794.

Pour plus d'informations sur les possibilités commerciales au Brésil (avec ses 150 millions d'habitants, c'est le pays le plus grand de l'Amérique du Sud), communiquer avec M. Roman Hruby, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud (LST), AECEC. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 996-0677.

Taiwan : la Banque Royale ouvre une autre succursale

Des services commerciaux, de trésorerie, d'investissement, de services de banques correspondantes et de banque privée seront fournis par la nouvelle succursale de la Banque Royale du Canada, officiellement ouverte le 10 décembre 1990 dans la ville portuaire de Kaohsiung, à Taiwan.

La première succursale de la banque à Taiwan avait ouvert à Taipei en octobre 1983; elle a été agrandie pour répondre aux besoins commerciaux croissants.

Le Canada et Taiwan entretiennent de bonnes relations commerciales. Les

exportations annuelles de Taiwan vers le Canada ont augmenté de façon remarquable, de 558 millions de dollars en 1980 à 2,3 milliards de dollars en 1989. La valeur des produits importés par Taiwan du Canada a plus que triplé au cours de la même période, passant de 252 millions à 882 millions de dollars. De plus, le commerce entre le Canada et Taiwan croît à un taux annuel de 8 %.

Pour plus d'information sur les activités de la Banque Royale à Taiwan, communiquer avec M. Fred Billings, à Toronto. Tél. : (416) 974-2805.

CanadExport: La filière Canada-Singapour

La lettre suivante nous est parvenue du conseiller (commercial) au haut-commissariat du Canada à Singapour, M. Denis Comeau.

J'ai lu avec intérêt, dans votre numéro du 3 décembre 1990 (vol. 8, n° 20), un « Courrier des lecteurs » rédigé par M. John Tesselaar, de Scarborough (Ont.). Pour ceux qui n'ont pas lu la lettre de M. Tesselaar, celui-ci trouve curieux que dans chaque numéro de *CanadExport*, c'est Singapour qui domine à la rubrique « Débouchés ». Il se demande aussi dans quelle mesure « les débouchés de Singapour sont utiles pour les fabricants canadiens? ».

A la section commerciale du haut-commissariat, personne n'a été entièrement surpris par les commentaires de M. Tesselaar. Nous avons donc estimé qu'il valait la peine de donner une réponse d'ici-même.

Même si Singapour est situé à l'autre bout du globe, son économie est parmi les plus dynamiques et parmi celles qui affichent la croissance la plus rapide en Asie. Singapour, qui fait partie des

« Quatre Tigres » (avec Hong Kong, Taïwan et la Corée) a, au cours de la dernière décennie, connu une croissance de 10 % et plus. Cette petite cité-État, située sur une île un peu plus grande que l'île de Montréal, compte 2,5 millions d'habitants. Malgré sa petite superficie, il faut noter ce qui suit :

- Singapour a enregistré des taux de croissance du PIB de 9,2 % et de 8 % en 1989 et en 1990 respectivement;
- bien que Singapour compte dix fois moins d'habitants que le Canada, l'ensemble de son commerce extérieur en 1989 (123 milliards de dollars) n'était que de 41 % inférieur au commerce du Canada avec l'étranger (300 milliards de dollars);
- le taux de productivité de Singapour a augmenté de 4,8 % en 1989 et de 3,7 % les trois premiers trimestres de 1990;
- Singapour possède le terminal portuaire à conteneurs le plus grand au monde, occupe la troisième place au monde comme centre de raffinage, et a réalisé des économies d'échelle qui lui ont permis de devenir le plus grand

fabricant au monde d'unités de disques; • pendant les dix premiers mois de 1990 (les dernières statistiques disponibles), les exportations canadiennes à Singapour ont atteint 343,5 millions de dollars, soit 55 % de plus que pendant la même période en 1989.

Compte tenu de tout cela, il n'est probablement pas surprenant qu'il y ait eu un tel nombre de débouchés commerciaux provenant de Singapour. Pour ce qui est de déterminer l'utilité des débouchés commerciaux de Singapour, après avoir lu la lettre de M. Tesselaar, nous avons mené une enquête auprès de toutes les entreprises de Singapour qui ont été énumérées dans *CanadExport* au cours de l'année dernière en vue de déterminer si cela avait effectivement donné lieu à des échanges commerciaux. Bien que nous ne possédions pas encore tous les résultats, nous avons le plaisir d'indiquer ce qui suit :

- 12 entreprises de Singapour ont confirmé avoir signé des accords de représentation ou de distribution avec des sociétés canadiennes;
- 26 entreprises de Singapour négocient actuellement des accords de représentation ou de distribution avec des sociétés canadiennes;
- 16 entreprises de Singapour ont confirmé avoir réalisé des ventes à des sociétés canadiennes ou effectué des achats auprès de ces dernières;
- 23 entreprises de Singapour nous ont informés qu'elles sont en train de négocier des ventes à des firmes canadiennes ou d'effectuer des achats auprès de ces dernières;
- 5 entreprises de Singapour ont confirmé avoir établi des entreprises conjointes avec des firmes canadiennes;
- 1 entreprise de Singapour a conclu un accord de transfert de technologie avec une société canadienne;
- 3 entreprises de Singapour négocient des accords de transfert de technologie avec des firmes canadiennes;
- 3 entreprises de Singapour négocient actuellement des droits de franchise avec une firme canadienne.

Il ressort de tout ceci, tant pour nous à Singapour que pour bon nombre d'entreprises canadiennes, que *CanadExport* s'est avéré extrêmement utile pour promouvoir les échanges commerciaux.

Débouchés commerciaux

BRÉSIL — Une entreprise spécialisée dans la ventilation industrielle, le traitement des surfaces et le contrôle de la pollution chimique désire conclure un accord de collaboration industrielle en vue d'améliorer l'efficacité de ses systèmes de contrôle de l'environnement, en particulier aux nouveaux produits : les séchoirs à bois, y compris les contrôles automatiques. Communiquer avec Bill Denning, CPCS Technologies, Ltd., 740 ouest, rue Notre-Dame, bureau 760, Montréal H3C 3X6. Tél. : (514) 876-1915. Télécopieur : (514) 875-1023. Télex : 055-60147. (CPCS Technologies Ltd., avec le soutien financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme de trois ans visant à encourager la conclusion d'accords de coopération industrielle entre des entreprises canadiennes et brésiliennes. Son client est la State Development Bank de l'État de Parana — BADEP).

GRANDE-BRETAGNE — Une en-

treprise de vente en gros, au comptant sans livraison, et de promotion désire devenir le représentant unique de producteurs canadiens de bière, de vin, de spiritueux, de boissons gazeuses, de produits alimentaires, de jouets, de nouveautés et de quincaillerie. Communiquer avec Alan H. Rathmill, Gold Spot Ltd., Scotch Park Trading Estate, Forge Lane, Leeds, West Yorkshire LS12 2PY. Télécopieur : (532) 310-126.

HONGRIE — Une entreprise recherche du capital de placement à utiliser pour la transformation du bétail et de la volaille en produits entiers ou en morceaux et pour la production et la commercialisation de farce produite au moyen de la viande de volaille. Joindre (mentionner le numéro de référence 90.1. 0135 VG) M. Veress, INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorottya u. 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-6396. Télécopieur : (361) 118-3732.

Le Canada participera aux négociations sur un accord de libre-échange nord-américain

Le Canada participera avec les États-Unis et le Mexique à des négociations sur le libre-échange en vue de créer l'un des plus grands marchés libéralisés du monde.

On s'attend à ce qu'un accord nord-américain de libre-échange entre les trois pays favorise une croissance économique soutenue en développant le commerce et l'investissement, conduisant à un marché de 350 millions de consommateurs dont le produit intérieur brut (PIB) dépassera 7 billions de dollars, soit un marché encore plus grand que celui du Marché commun européen.

Voici les trois grandes raisons qui ont conduit le Canada à engager les négociations :

- consolider les gains obtenus dans l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis, surtout en ce qui touche les investissements des entreprises — ce n'est qu'en y participant directement que le Canada pourra protéger ses intérêts et récolter les gains qui résulteront d'une libéralisation du commerce;
- obtenir un meilleur accès pour les exportations canadiennes au Mexique, un marché dynamique de 85 millions de consommateurs;
- profiter de la libéralisation du commerce — le Canada, en tant que nation commerçante, tire des avantages réels de la libéralisation du commerce, que ce soit au plan bilatéral, régional ou multilatéral.

Les économies mexicaine et canadienne sont complémentaires dans un certain nombre de secteurs importants dans lesquels l'expertise canadienne peut répondre aux besoins mexicains, y compris les suivants :

- les mines — le Canada est un fournisseur important et hautement concurrentiel de compétences, de techniques et d'équipements d'exploitation minière;
- l'agriculture;
- les télécommunications; et
- les transports.

Mais pour réussir à exporter dans ces secteurs ainsi que dans bien d'autres, le Canada doit avoir, sur ce marché, un accès au moins égal à celui de son principal concurrent, les États-Unis.

S'il n'y a aucune intention de

renégocier les dispositions de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis, il est cependant possible que certaines questions de nature exclusivement bilatérale soient plus propres à être traitées dans le contexte d'arrangements bilatéraux. En outre, les parties garderont la liberté de poursuivre des négociations bilatérales si la conclusion d'un accord trilatéral ne s'avère pas possible.

Les négociations proprement dites devraient commencer au printemps. Comme il l'a fait pendant les négociations avec les États-Unis et à nouveau pendant les négociations commerciales multilatérales, le gouvernement fédéral consultera le secteur privé, les gouvernements provinciaux, les milieux universitaires et les autres parties intéressées lorsqu'il formulera sa position pour

les négociations.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a publié une brochure visant à renseigner les Canadiens sur les pourparlers relatifs à l'accord de libre-échange avec le Mexique.

Intitulée *Le libre-échange en Amérique du Nord-Un moyen d'assurer la croissance du Canada par le commerce extérieur*, la brochure contient des rubriques telles que « Débouchés pour le Canada », « Les avantages d'un accord de libre-échange nord-américain », « Le Canada peut-il soutenir la concurrence ? », et « Comment obtenir d'autres renseignements ».

Pour obtenir un exemplaire de la brochure, communiquer avec Info-Export d'AECEC (voir l'encadré page 12).

Le commerce de contrepartie : une façon de faire des affaires avec l'URSS

Le commerce de contrepartie est une des options que les entreprises canadiennes peuvent choisir pour faire des affaires avec l'Union soviétique.

Mais c'est un processus complexe, éternel, coûteux et qui exige beaucoup de temps.

Cette opinion préliminaire est extraite d'un exposé fait à l'assemblée annuelle du Conseil commercial Canada-URSS tenue en novembre, à Toronto.

L'exposé était fondé sur de la recherche et des entrevues effectuées auprès de plus de 20 exportateurs, banques, maisons de commerce et avocats au Canada, aux États-Unis et en Europe.

Bien que le commerce de contrepartie soit une voie difficile vers le succès, il demeure néanmoins une option viable pour les entreprises canadiennes engagées. Les sociétés qui décident de se lancer dans ce genre de commerce devraient suivre les règles suivantes :

- S'engager à long terme. Les Soviétiques sont méfiants à l'égard des exportateurs qui utilisent des tactiques ponctuelles.
- Il faut être patient, persévérant, faire preuve d'imagination, et s'attendre à des retards et à de l'incertitude.

• Travailler dur avec le client. Faire de sorte que leur vente soit prioritaire pour qu'on leur attribue des devises fortes, éliminant du même coup le besoin de recourir au commerce de contrepartie.

• Choisir le client avec soin — pas seulement pour ses besoins, mais aussi pour son expérience en exportation, son influence à l'intérieur, son accès aux produits et sa capacité d'obtenir une licence d'exportation.

Pour plus d'informations sur le commerce de contrepartie ou pour obtenir l'extrait "Strategies for Countertrade in the Soviet Union" (stratégies pour le commerce de contrepartie avec l'Union soviétique), communiquer avec M. Mike Reshitnyk, Direction des services des transactions d'affaires et des transports (TPS), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-1862. Télécopieur : (613) 996-1225. Télex : 053-3745.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché de l'Union soviétique, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en URSS et en Europe de l'Est (RBT), (AECEC). Tél. : (613) 996-2858. Télécopieur : (613) 995-1277.

Foires et missions commerciales en Europe 1991-1992

Voici, par ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1991-1992.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle où plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte ou dans le cadre du PDME (à la demande de l'industrie).

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions comprennent les missions de vendeurs à l'étranger (MVE), en partance du Canada, et les missions étrangères d'acheteurs (MEA), provenant de l'étranger.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces manifestations ou des détails sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél. : 996-5554. Télécopieur : (613) 995-6319.

Produits agricoles et alimentaires

- EQUITANA 91 (sports équestres) — Essen (Allemagne) — 13-21 avril 1991 — produits agro-alimentaires, matériel et services (KIE).
- IFE '91 (International Food & Drink Exhibition) — Londres, R.-U. — 28 avril-2 mai 1991 — produits alimentaires (KIE).
- UNGSKUET, foire agricole — Copenhague (Danemark) — 26-29 juin 1991 — produits agricoles (KI).
- SIPRAL — Milan (Italie) — septembre 1991 — produits de l'agriculture et de la pêche (KIE).
- ANUGA, marché alimentaire mondial — Cologne (Allemagne) — 12-17 octobre 1991 — produits, matériel et services agro-alimentaires (SN).
- Mission d'acheteurs d'Athènes qui visitera Agribition — Regina (Saskatchewan) — novembre 1991 (MEA).

Produits de technologie de pointe

- BIO-EXPO '91 — Paris (France) — 9-12 avril 1991 — matériel de biotechnologie (KIE).
- Flanders Technology International — Ghent (Belgique) — 22-28 avril 1991 — transfert de technologie (KIE).
- COMMUNICATIONS 91 — Birmingham (R.-U.) — 23-26 avril 1991 — communication et télécommunication (KIE).
- Mission finlandaise dans le domaine de la télédétection — Canada — mai 1991 — technologie et matériel de télédétection (MEA).
- INFORMAT 91 — Barcelone (Espagne) — 27 mai-1^{er} juin 1991 — logiciels informatiques (SN).
- MEDIIVILLE — Rennes (France) — 28-30 mai 1991 — matériel de câblodistribution (KIE).

- Mission de câblodistribution de l'Europe de l'Ouest à CABLEXPO — Ottawa (Ontario) — 3-6 juin 1991 — produits de câblodistribution (MEA).
- Symposium international sur la télévision et exposition technique — Montreux (Suisse) — 13-18 juin 1991 — informatique et télécommunication reliées à l'industrie de la télévision (KI).
- GEOTECHNIKA (sciences de la terre et technologie) — Cologne (Allemagne) — 18-21 septembre 1991 — produits, systèmes et services de haute technologie (KIE).
- Mission de télécommunication dans les pays nordiques — pays nordiques — 23-27 septembre 1991 — matériel de télécommunication (MVE).
- Mission de services publics du Portugal — Canada — octobre 1991 — systèmes informatiques et gestion (MEA).
- TELECOM '91 — Genève (Suisse) — 8-15 octobre 1991 — produits de télécommunication (MVE).
- SYSTEMS — Munich (Allemagne) — 21-25 octobre 1991 — ordinateurs et matériel de communication (KIE).
- COMMUNICATIONS 91 — Istanbul (Turquie) — 30 octobre-3 novembre 1991 — matériel de communication et de télécommunication (KIE).
- CEBIT 92 — Hanovre (Allemagne) — mars 1992 — ordinateurs et communication (SN).

Produits chimiques et pétrochimiques

- Mission dans le domaine du plastique et des moules, qui se rendra de Paris à MOLDEXPO — Windsor (Ontario) — 7-10 octobre 1991 — produits composés (MEA).

Construction, produits et services connexes

- BATIMAT 91 — Paris (France) — 12-19 novembre 1991 — matériaux de construction (KIE).
- Salon international de la quincaillerie — Cologne (Allemagne) — mars 1992 — outils et bricolage (SN).

Produits et services de consommation

- Salon du livre pour enfants de Bologne — Bologne (Italie) — 4-7 avril 1991 — livres pour enfants (SN).
- FIBO — Essen (Allemagne) — mai 1991 — matériel de forme physique et de musculation (KIE).
- INTERZUM — Cologne (Allemagne) — 3-7 mai 1991 — meubles, mobilier intérieur, machines de rembourrage (KIE).
- Mission dans le domaine de la quincaillerie, des articles ménagers, de l'amélioration du logement — Toronto (Ontario) — 9-11 février 1992 — produits et services de consommation (MEA).
- DOMOTECHNICA — Cologne (Allemagne) — 18-21 février 1992 — appareils ménagers, techniques d'entretien ménager, cuisines et articles de cuisine (KIE).
- ISPO (printemps) — Munich (Allemagne) — mars 1992 — articles, matériel et vêtements de sport (SN).

Programmes et produits de défense

- IDEA 91, salon du matériel de défense et d'aviation — Ankara (Turquie) — 7-11 mai 1991 — produits de défense (KIE).
- Salon de l'aéronautique de Paris de 1991 — Paris (France) — 13-23 juin 1991 — moteurs d'avions, pièces, avionique,

aéronefs et services (SN).

- Mission dans le domaine de la défense à Madrid — Madrid (Espagne) — février 1992 — fabricants de produits de défense et matériel (MVE).

Produits forestiers

- Mission d'acheteurs de bois de construction et de bricolage de La Haye — Canada — juin 1991 — produits forestiers (MEA).
- Mission dans le domaine des produits de bois secondaires au Canada — C.-B., Québec — octobre 1991 — produits fabriqués en bois (MEA).
- INTERBUILD — Londres — novembre 1991 — produits de construction (KIE).
- BATIBOUW 91 — Bruxelles (Belgique) — mars 1992 — produits de construction (KI).

Pêche et produits de la mer

- 51^e foire internationale de la pêche — Ancona (Italie) — 23-26 mai 1991 — produits de la pêche, matériel de l'industrie de la pêche (KI).

Machines industrielles, usines

- Mission dans le domaine de la technologie de protection de l'environnement en 1991 — R.-U., Allemagne — septembre 1991 — matériel de protection de l'environnement (MVE).
- IFEST 91 — Ghent (Belgique) — 22-25 octobre 1991 — technologie de pointe dans la protection de l'environnement (KI).
- Mission dans le domaine de l'environnement à ECOTECH 91 et en Autriche — Pays-Bas, Autriche — novembre 1991 — matériel de traitement des déchets, recyclage des déchets solides (MVE).

Exploitation minière, métaux et minerais

- Mission d'acheteurs d'Athènes qui visitera MINTEC 91 — Canada — septembre 1991 (MEA).

Produits du pétrole et du gaz naturel

- World Gaz Exhibition 91 — Berlin (Allemagne) — 8-12 juillet 1991 — matériel et services dans les domaines du pétrole et du gaz (KIE).
- Groupe de travail en haute mer Canada/Norvège — Canada — septembre 1991 — pétrole et gaz (MEA).
- Offshore Europe 91 — Aberdeen (Écosse) — 3-6 septembre 1991 — matériel d'exploitation des gisements pétroliers et gazifères (KIE).

Réseaux de transport

- Mission dans le domaine de l'automobile provenant de Munich — Toronto (Ontario) — juin 1991 — pièces d'automobiles (MEA).
- UITP - exposition de matériel de transport urbain — Stockholm (Suède) — 3-6 juin 1991 — matériel de transport urbain (KIE).
- IAA — Francfort (Allemagne) — 12-22 septembre 1991 — matériel automobile (KIE).
- Mission commerciale dans le domaine de l'automobile à GARAGEQUIP — Birmingham (R.-U.) — 22-25 septembre 1991 — produits automobiles (MVE).
- EQUIPAUTO — Paris (France) — 18-24 octobre 1991 — produits automobiles (KIE).

Services non mentionnés ailleurs

- Mission nordique à POLARTECH/villes d'hiver — Montréal (Québec) — 17 janvier 1992 — matériel, produits et services relatifs au temps froid (MEA).
- Salon de la Franchise — Paris (France) — mars 1992 — services (KIE).

Activités générales

- Foire commerciale internationale de Porto — Lisbonne (Portugal) — mai 1991 — produits et services de consommation, pêches, technologie de pointe, construction, transport (KIE).
- 56^e foire internationale de Salonique — Salonique (Grèce) — septembre 1991 — plusieurs secteurs (KI).

Foires et missions commerciales en URSS et en Europe centrale et de l'Est**Bulgarie**

- Foire technique de Sofia — Sofia — mai 1991 — haute technologie (KI).

Hongrie

- IFABO — Budapest — mai 1991 — matériel de bureau, télécommunication, haute technologie (SN).
- Mission à l'étranger dans le domaine des télécommunications — juin 1991 (MVE).

Pologne

- POZNAN — Poznan — juin 1991 — produits industriels généraux (KIE).
- Mission à l'étranger dans le domaine des télécommunications — juin ou septembre 1991 (MVE).
- POLAGRA — Poznan — octobre 1991 — agriculture (KIE).

Roumanie

- Mission à l'étranger dans les domaines de l'aviation et des transports — septembre 1991 (MVE).
- TIB '91 — Bucharest — octobre 1991 — produits industriels généraux (SN).

Tchécoslovaquie

- Mission à l'étranger dans le domaine des télécommunications — juin 1991 (MVE).
- Brno Engineering — Brno — septembre 1991 — produits techniques, biens de production (SN).
- Mission étrangère dans le domaine des télécommunications — Canada — novembre 1991 (MEA).

URSS

- EXPO COMM — Moscou — mai 1991 — matériel de communication, ordinateurs (SN).
- Mission en Extrême-Orient — juin 1991 — produits industriels généraux (MVE).
- STROYINDUSTRIA — Moscou — septembre 1991 — produits et matériel de construction (SN).

Yougoslavie

- NOVISAD — Novisad — mai 1991 — agriculture (SN).
- ZAGREB — Zagreb — septembre 1991 — produits industriels généraux (SN).

Le marché de la câblodistribution en France

par Peter Tanner, délégué commercial à l'ambassade du Canada à Paris.

Percer le marché français de la câblodistribution demande temps, argent, patience et persévérance.

Huit ans après la mise en oeuvre d'un programme appuyé par le gouvernement français, visant à doter le pays de câbles en fibres optiques pour fournir l'infrastructure nécessaire non seulement à la câblodistribution, mais aussi à d'autres applications à large bande, seulement 350 000 ménages ont choisi de s'abonner, bien que plus de trois millions de ménages aient accès au câble. Cela ne représente que 2 % du nombre total des ménages dans le pays.

La situation, qui semble décourageante à prime abord, ne fait cependant que s'améliorer. L'année dernière, le nombre d'abonnés a plus que doublé, et l'on prévoit que le nombre d'abonnés sera de 2,7 millions et que 8 millions de ménages auront accès au câble d'ici à 1995.

Cependant, pour atteindre ces objectifs, il faudra obtenir du matériel pour établir le réseau et des programmes pour attirer les clients et faire preuve de savoir-faire en commercialisation pour vendre le service — trois éléments qui sont des points forts chez les Canadiens.

Structure actuelle de l'industrie

En France, chaque système de câblodistribution compte trois partenaires.

D'abord, il y a le câblodistributeur (câblo-opérateur), qui n'est chargé que de la tête de chaque réseau de câble, du matériel sur les lieux des clients et des programmes diffusés sur le câble lui-même.

Le câbleur, ordinairement France Télécom, la société de téléphone de France, est chargé du câble physique lui-même.

Le troisième partenaire est un organisme de contrôle, d'habitude un organisme du gouvernement municipal.

Il y a plusieurs raisons pour lesquelles la câblodistribution n'est pas encore appréciée dans le pays. Elle est relativement chère — elle coûte plus que 30 \$ par mois pour le service et est souvent mal commercialisée. Plusieurs des canaux disponibles sont dans des langues autres que le français, et même ceux qui sont en français ne sont pas connus par la population (ils ne figurent pas dans les guides de programmes télévisés des journaux).

Actuellement, on tente de résoudre le problème du taux de pénétration. Les Français étudient des techniques de commercialisation utilisées dans d'autres pays. Les réseaux de câblodistribution offrent de plus en plus un service de base complété par des options plus coûteuses. La télévision payante par émission deviendra une réalité avec l'introduction du Visiopass (un décodeur/désembrouilleur intelligent). Le nombre de canaux (actuellement 20)

que les réseaux peuvent offrir augmentera jusqu'à 30 d'ici à 1992 et jusqu'à 40 d'ici à 1994.

DÉBOUCHÉS

Programmes de télévision

Les câblo-opérateurs voudraient offrir une gamme plus vaste de programmes. Ils ont besoin de programmes spécialisés pour combler des créneaux (des programmes éducatifs, des programmes ethniques, un canal de musique, des programmes pour enfants) afin d'attirer les clients. A cette fin, ils investissent dans de nouveaux canaux de télévision. Le câblo-opérateur Générale des Eaux a investi plus de 20 millions de dollars dans des services spécialisés tels que Ciné-Cinéma, TV Sport, Planète et Humour. Cette société créera d'autres canaux en collaborant avec d'autres câblo-opérateurs.

La télévision canadienne les intéresse (et pas seulement les programmes en français), les programmes doublés sont bien acceptés. Un grand opérateur de câble, La Lyonnaise des Communications, compte envoyer quelques cadres au Canada pour y rechercher des programmes en 1991. La société a déjà manifesté un intérêt prononcé pour les documentaires, en anglais (les documentaires sont relativement faciles à traduire) ou en français, qui pourraient être utilisés quand elle établira son canal éducatif.

Réseau des Sports, un réseau de sports établi au Québec, a utilisé une certaine manière de percer sur ce marché. Il a récemment signé un accord avec TV-Sport, son homologue français; les contacts initiaux avaient été établis pendant la visite de sociétés de câblodistribution françaises au Canada, parrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

Ce contrat établit un cadre pour l'échange de programmes entre les deux réseaux, et les Français peuvent maintenant regarder le hockey de la LNH deux fois par semaine!

En raison du besoin d'une gamme plus vaste de programmes, les réseaux de câblodistribution sont prêts à essayer des programmes qui ont un attrait général limité mais qui sont susceptibles de combler un créneau de marché. Le hockey de la LNH offre un bon exemple : il n'est pas bien connu ici, mais TV (Voir page 9: La câblodistribution.)

Salon-clé de la câblodistribution en France

Rennes — Afin d'aider les firmes canadiennes qui voudraient aborder le marché en France, l'ambassade du Canada, avec la collaboration d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et de Communications Canada, compte participer avec un stand d'information à Médiaville 1991.

Conférence importante sur la câblodistribution en France, qui se tiendra du 18 au 30 mai, Médiaville rassemblera tous les intervenants clés de la câblodistribution, soit : autorités publiques, représentants élus, opérateurs de câbles, responsables de la programmation tels CNN, MTV, TV-Sport etc., et fabricants de matériel.

Médiaville 1990 avait attiré 2 000 participants et 50 exposants. Le salon de cette année-ci devrait voir ces nombres augmenter de 50 %.

Une mission comprenant des représentants de 6 fabricants canadiens de câblodistribution accompagnera le contingent du gouvernement du Canada.

Pour obtenir un exemplaire d'un rapport sur la câblodistribution en France, préparé par l'ambassade du Canada à Paris, ou d'autres renseignements sur Médiaville 1991, communiquer avec M. Jim Kerr, Direction des technologies d'information et de l'électronique (TDE), AECEC. Tél. : (613) 995-7558. Télécopieur : (613) 996-9265. Ou communiquer avec M. Patrick Julien à Communications Canada. Tél. : (613) 990-4211. Télécopieur : (613) 958-8839.

La câblodistribution en France (Suite de la page 8.)

Sport est prête à essayer le programme pour déterminer s'il offre des possibilités à long terme.

Au cours des quelques prochaines années, les débouchés pour les programmes de télévision à offerts l'industrie de câblodistribution devraient enregistrer une croissance considérable.

Les réseaux et le matériel

Au cours des quelques prochaines années, des investissements importants seront effectués pour établir les réseaux de câblodistribution. France Télécom dépense 600 millions de dollars par an pour établir son infrastructure; la Générale des Eaux compte investir 100 millions de dollars supplémentaires pour ses réseaux.

Malgré la taille du marché, les exportateurs éventuels de matériel doivent s'attendre à des difficultés. Les normes sont différentes. Non seulement la norme de télédiffusion SECAM est-elle entièrement différente de NTSC (ce qui touche le matériel de tête de réseau), mais aussi on utilise peu la bande VHF (la majeure partie de la câblodistribution est effectuée sur la bande UHF entre 470 et 860 MHz, ce qui cause de graves problèmes d'affaiblissement des signaux).

Electroline, une société canadienne qui commercialise des filtres de signal adressables à distance (pour contrôler l'accès des clients aux services optionnels), a un produit particulièrement bien adapté au marché français en raison du grand nombre d'immeubles résidentiels. La société a dû modifier le produit en remplaçant le filtre par un filtre qui convient à la gamme de séquences voulue. La composante de

remplacement est fabriquée en France, aussi le produit comporte une valeur ajoutée en France, une considération importante pour bon nombre de clients éventuels.

Renseignements

Pour plus de renseignements sur l'industrie de la câblodistribution en France ou pour obtenir un exemplaire d'un rapport préparé par l'ambassade du Canada à Paris sur ce marché, communiquer avec la Direction TDE d'AECEC. Tél. : (613) 995-7558. Télécopieur : (613) 996-9265. Ou avec Communications Canada. Tél. : (613) 990-4211. Télécopieur : (613) 958-8839.

Pour renseignements sur la commercialisation de programmes de télévision en France, communiquer avec Téléfilm Canada. Tél. : (514) 283-6363.

Les entreprises canadiennes sont reconnues pour leur grande efficacité en ce qui concerne l'installation de systèmes de câblodistribution (les coûts de l'installation du câble au Canada sont le tiers de ceux en France). Toutefois, cela ne signifie pas que les Canadiens ne devront pas travailler dur pour prouver qu'ils ont quelque chose à offrir.

Les entreprises devront se familiariser avec l'aspect politique de l'industrie de la câblodistribution ainsi qu'avec l'aspect technique si elles espèrent pénétrer le marché. Les sociétés canadiennes de matériel de câblodistribution devraient commencer à communiquer avec des entreprises chargées des systèmes de câblodistribution dans les petites villes qui peuvent intégrer plus rapidement le matériel canadien dans leurs installations.

On trouve actuellement des débouchés pour la vente de matériel en raison des gros efforts visant à établir la câblodistribution en France. Mais

une fois les décisions d'achat prises, surtout lorsque le marché sera saturé, cette possibilité disparaîtra.

Commercialisation, gestion et consultation

En juin 1990, des représentants de l'industrie française de la câblodistribution en visite au Canada ont manifesté beaucoup d'intérêt à l'égard des méthodes de commercialisation canadiennes. L'idée d'ensembles optionnels, la commercialisation visant divers segments de la population, les taux spéciaux pour les immeubles résidentiels, ainsi que l'établissement des prix des divers services leur paraissent tous attrayants. Les visiteurs ont estimé que la France pouvait profiter considérablement de l'expérience canadienne.

Toutefois, la France établit son réseau sur une base différente de la nôtre, avec une norme technique différente, une division différente de rôles et une présence politique très différente. Il n'est donc pas évident que les experts-conseils canadiens ou les entreprises canadiennes qui veulent gérer des entreprises françaises de câblodistribution auront la tâche facile. Il est à noter que Vidéotron, une grande société canadienne de câblodistribution, a déplacé ses activités européennes en Angleterre où elle a obtenu beaucoup de succès après plusieurs années difficiles en France.

C'est peut-être les entreprises qui veulent gérer des firmes françaises de câblodistribution qui ont le plus à offrir sur le plan de l'expérience, mais ce sont aussi celles qui sont susceptibles de rencontrer le plus de problèmes. Seules les sociétés bien établies et qui peuvent investir beaucoup de temps et d'argent devraient envisager une telle entreprise.

Salon de produits électriques en Thaïlande

Bangkok — Les entreprises canadiennes ont la possibilité de participer à un kiosque d'information parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à ELENEX THAILAND'91, qui se tiendra dans cette capitale du 25 au 28 avril.

La Tai International Electrical and Electronic Engineering Exhibition (exposition thaïlandaise internationale de produits d'ingénierie électriques et

électroniques) comprend toutes les catégories de produits électriques, du matériel utilisé dans les usines, les bureaux et les hôtels jusqu'à celui utilisé dans les logements et l'infrastructure (tous des bâtiments qui connaissent une construction considérablement accrue).

Dans un pays dont l'économie croît, dit-on, à un taux annuel de 10 %, la demande d'électricité augmente à un taux annuel de 20 %. D'ailleurs,

l'Electricity Generating Authority of Thailand prévoit un budget d'investissement de 525 millions de dollars US pour les cinq prochaines années.

Pour plus d'informations sur ELENEX THAILAND'91, communiquer avec M. A. McBride, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PSP), AECEC. Tél. : (613) 992-0959. Télécopieur : 996-4309.

Grand salon des technologies en mer

Houston — Les entreprises canadiennes du secteur des ressources en mer peuvent participer à la **1991 Offshore Technology Conference (OTC'91)** (salon des technologies en mer), qui se tiendra du 6 au 9 mai dans le complexe Astrodomain de Houston.

Toutefois, elles doivent agir maintenant si elles veulent se joindre aux 15 à 20 firmes canadiennes qui, comme on le prévoit, participeront au pavillon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

Les participants canadiens à **OTC'91** — une occasion idéale de montrer au monde les capacités et les services du Canada — seront parmi les quelque 1 200 principales entreprises mondiales de fabrication et de services dans le domaine du forage et de la production en mer, qui y exposeront leurs technologies de pointe. En outre **OTC**, qui se tient pour la 23^e fois, n'est pas seulement une foire commerciale. C'est un forum important qui sert à l'échange d'informations techniques d'une importance primordiale à l'exploration et au développement des ressources océaniques et à la protection de l'environnement marin. On prévoit que plus de 30 000 délégués du monde entier

participeront aux discussions sur les tendances politiques et économiques qui influencent l'industrie.

De plus, l'ordre du jour comprendra deux séances spéciales : « Future Directions in Offshore Technology - Deep Water and Frontier Areas » (orientation future de la technologie en mer - grands fonds et régions pionnières) et « Offshore Safety - The Regulatory Environment » (sécurité en mer - organismes de réglementation). Des cadres de l'industrie et du gouvernement participeront à ces séances.

Sept déjeuners portant sur certains

sujets offriront aux participants la possibilité de se mettre au courant des détails relatifs aux autres faits nouveaux dans ce domaine. Le ministre de l'Énergie, des Mines et des Ressources, M. Jake Epp, prendra la parole à l'une de ces réunions.

Pour plus de renseignements sur la participation à **OTC'91**, communiquer avec M. Pierre-André Rolland, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 991-9475. Télécopieur : (613) 990-9119.

La mode : \$24 milliards aux E.-U.

Atlanta — On encourage les créateurs de mode et les fabricants de vêtements canadiens à participer à l'**Atlanta Apparel Mart "Autumn" Show** qui se tiendra dans cette ville de la Géorgie du 11 au 17 avril.

Dans le secteur de l'habillement, la région couverte par le salon est celle qui enregistre la croissance la plus grande aux États-Unis, avec plus de 24 000 magasins de vêtements et des ventes annuelles au détail dépassant 24 mil-

liards de dollars.

Cette région, le sud-est des États-Unis, comprend l'Alabama, la Floride, la Géorgie, le Kentucky, le Mississippi, la Caroline du Nord, la Caroline du Sud, le Tennessee, la Virginie et la Virginie occidentale.

L'**"Autum" Show**, le plus grand marché de l'année, attire en général plus de 60 000 acheteurs auprès desquels les fabricants canadiens devraient réussir à faire la promotion de leurs vêtements pour les saisons d'automne et d'hiver.

Au salon d'octobre 1990, où il y avait un pavillon canadien, 15 entreprises canadiennes ont exposé leurs produits qui allaient des tenues de soirée féminines aux accessoires, en passant par le prêt-à-porter et les vêtements de sport. Grâce aux contacts commerciaux établis au salon, ces entreprises prévoient réaliser, au cours des douze mois suivants, des ventes de plus de 1,6 million de dollars US.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'**Atlanta Apparel Mart "Autumn" Show**, communiquer avec Burke E. Darling, vice-consul et délégué commercial, consulat général du Canada, Suite 400, South Tower, One CNN Center, Atlanta, Georgia 30303-2705, U.S.A. Tél. : (404) 577-6810. Télécopieur : (404) 524-5046.

On peut aussi obtenir des informations en s'adressant à Milton Crane, General Manager, Atlanta Apparel Mart. Tél. : (404) 220-2828.

Foires, salons internationaux

Un certain nombre de foires internationales auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas — mais auxquelles pourraient s'intéresser des entreprises canadiennes — ont lieu à l'échelle internationale. En voici quelques-unes :

• **BAUTECHNIK'91** — 18-23 avril, à Markkleeberg (près de Leipzig), en Allemagne. Machines pour matériaux de construction, machines, matériel et véhicules de construction. Pour obtenir des renseignements, communiquer avec Munchener Messe und Ausstellungs-gesellschaft GmbH, Mesegelande, Postfach 12.10 09, W-8000 Munchen 12. Télex : 5212086 ameg d. Télécopieur : (89) 5107-172.

• **Fishtec'91** — 25-28 avril, à Cuxhaven, en Allemagne. La première foire com-

merciale sur la pêche qui se tient dans l'Allemagne unifiée, elle porte sur la pêche, l'industrie de transformation du poisson, l'aquaculture et la protection de l'environnement marin. Pour obtenir des informations, communiquer avec Fachausstellungen Heckmann GmbH, Hannover/Bremen, Groupe Deutsche Messe AG, Hollerallee 23, 2800 Bremen 1. Télécopieur : (0421) 349026.

• **EUROPHARMEX** — 26-28 avril, à Verona, en Italie. C'est une exposition de pharmacie internationale qui, sur un marché dont la valeur annuelle dépasse 18 millions de dollars, est réservée aux pharmaciens, médecins et gens d'affaires. Pour plus d'informations, communiquer avec UTET Periodici Scientifici, Viale Tunisia 37-20124, Milan, Italie. Télécopieur : 2-6598580.

La Suisse a besoin de matériel de contrôle industriel

La Suisse fabrique des instruments et des systèmes de contrôle industriel — toutefois, 80 % des composantes, des instruments et des ordinateurs nécessaires sont importés (surtout de l'Allemagne et des États-Unis).

Puisque la Suisse s'intéresse fortement à la qualité, à l'automatisation et à la mécanisation de la main-d'oeuvre (taux de chômage : 0,5 %) ainsi qu'aux systèmes informatiques, c'est le milieu idéal pour l'industrie de contrôle industriel.

En Suisse, on a tendance à acheter tous les éléments d'observation électronique et d'acquisition de données pour presque tous les types de paramètres physiques et analytiques, les contrôleurs programmables, les ordinateurs industriels et le matériel périphérique.

En 1989, on estimait la valeur du marché suisse de contrôle industriel à 375 millions de dollars — ordinateurs et matériel périphérique non compris.

Les instruments électriques et électroniques comptent pour 40 % du marché; ils sont suivis des ordinateurs industriels (29 %), des instruments non électriques et non électroniques (15 %) et des vannes de réglage (15 %).

Au cours des cinq prochaines années, on prévoit que les systèmes automatisés à forte intensité de capital connaîtront une croissance en ce qui concerne les éléments suivants :

- les ordinateurs de contrôle industriel et les systèmes périphériques — de 82 %;
- les instruments électriques et électroniques — de 39 %;
- les vannes de réglage — de 32 %;
- les instruments non électriques et non électroniques — de 25 %.

Foires commerciales

• **Données suisses, Bâle** : Cette foire commerciale, qui se tient tous les deux ans, vise les ordinateurs, le matériel périphérique et les logiciels;

• **Ordinateurs, Lausanne** : Cette foire annuelle se spécialise dans les ordinateurs, les périphériques et les logiciels;

• **Ineltec, Bâle** : Alternant avec **Données suisses** tous les deux ans, cette foire porte sur le matériel de fabrication électronique, les instruments et les systèmes de contrôle;

• **Ilmac, Bâle** : Cette foire qui se tient tous les trois ans comporte des instruments de laboratoire et des systèmes de contrôle industriel pour l'industrie pharmaceutique;

• **MicroTechnic, Zurich** : Cette foire qui se tient tous les deux ans est une exposition internationale d'appareils de mesure de la production et de contrôle de la qualité; et

• **Swiss Tech, Bâle** : Cette foire annuelle met en vedette les techniques de sous-traitance et de production ainsi que les fournitures industrielles.

Renseignements

Pour tout renseignement sur le commerce avec la Suisse, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

Ou communiquer directement avec l'ambassade du Canada, Division commerciale et économique, 88 Kirchenfeldstrasse, 3005 Berne, Suisse. Tél. : (31) 44 63 81. Télécopieur : (31) 44 73 15. Télex : 911308 DMCN CH.

Centres du commerce international

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, ainsi qu'Industrie, Sciences et Technologie Canada ont mis sur pied des Centres du commerce international qui offrent une vaste gamme de services aux exportateurs canadiens.

Terre-Neuve
Tél. : (709) 772-5511
Tcop. : (709) 772-2373

Île-du-Prince-Édouard
Tél. : (902) 566-7400
Tcop. : (902) 566-7540

Nouvelle-Écosse
Tél. : (902) 426-7540
Tcop. : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick
Tél. : (506) 851-6452
Tcop. : (506) 851-6429

Québec
Tél. : (514) 283-8185
Tcop. : (514) 283-8794

Ontario
Tél. : (416) 973-5053
Tcop. : (416) 973-8161

Manitoba
Tél. : (204) 983-8036
Tcop. : (204) 983-2187

Saskatchewan (Saskatoon)
Tél. : (306) 975-5925
Tcop. : (306) 975-5334

(Regina)
Tél. : (306) 780-6108
Tcop. : (306) 780-6679

Alberta (Edmonton)
Tél. : (403) 495-2944
Tcop. : (403) 495-4507

(Calgary)
Tél. : (403) 292-6660
Tcop. : (403) 292-4578

Colombie-Britannique
Tél. : (604) 666-0434
Tcop. : (604) 666-8330

InvestTech '91 Ateliers à travers tout le Canada

Les dirigeants de petites et de moyennes entreprises dans l'ensemble du Canada auront l'occasion de rencontrer au printemps des spécialistes en investissements et en technologie des plus importants marchés mondiaux.

Les rencontres auront lieu dans tout le Canada, du 22 avril au 3 mai, dans le cadre d'**InvestTech '91**.

Des spécialistes gouvernementaux des investissements et de la technologie, en poste dans 21 missions du Canada à l'étranger, mettront leurs connaissances spécialisées et leur expérience à la disposition des dirigeants d'affaires canadiens qui doivent faire face aux défis croissants des marchés nationaux ou internationaux.

Les sujets qui seront abordés couvrent des domaines tels que les associations stratégiques, l'exploitation de licences étrangères de produits ou de procédés, les investissements en actions et dans des domaines nouveaux, les transferts de technologie et les entreprises conjointes.

Alors, si vous cherchez de nouvelles technologies en provenance d'Europe ou d'Asie, ou une alliance stratégique aux É.-U. ou ailleurs, profitez de ces rencontres-colloques (des réunions en tête-à-tête et des ateliers) qui se tiendront à St. John's (23 avril), Halifax (24 avril), Montréal (25 avril), Québec (25 avril), Ottawa (22 avril), Toronto (29 avril), Winnipeg (30 avril), Regina (30 avril), Saskatoon (1^{er} mai), Calgary (30 avril) et Vancouver (2 mai). Certains agents effectueront également des visites dans 29 autres centres.

InvestTech '91 est patronné conjointement par le Programme de développement des investissements et le Programme d'apports technologiques, d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), du Conseil national de recherches (CNR), et des ministères provinciaux.

Pour tout renseignement sur les activités ou sur les inscriptions dans votre région, communiquer avec Info-Export d'AECEC (voir l'encadré page 12).

AU CALENDRIER

Winnipeg — 20 mars — Colloque: Comment faire des affaires avec le Japon. L'expert japonais M. Mizuyuki Kurata, affecté auprès de l'Association des exportateurs canadiens à titre de premier conseiller commercial, fera un tour d'horizon des mécanismes qui gouvernent le marché dynamique japonais. Communiquer avec Mmes Kathleen Rudko, Industrie, Commerce et Tourisme, Winnipeg. Tél. : (204) 945-8214. Télécopieur : (204) 957-1793; ou Gail Ksonzyna, CCI, Winnipeg. Tél. : (204) 983-2594. Télécopieur : (204) 983-2187.

Montréal — 27 mars — Europe 1992: Conférence sur les normes. Ce colloque, qui se tiendra à l'hôtel Bonaventure, est coparrainé par AECEC et le ministère des Affaires internationales du Québec. Pour plus de renseignements, composer le (613) 996-8771.

Toronto — 27 mars — Managing Innovation and Technology. Cette 3^e conférence annuelle qu'organise la Conference Board of Canada, vise à aider les participants à développer des stratégies de gestion de l'innovation et de la technologie, adaptées à rencontrer le défi de la concurrence internationale et de l'échange de technologie à l'échelle mondiale. Les frais de participation sont de 465 \$ pour les membres de la Conference Board, et de 565 \$ pour les autres. Communiquer avec The Conference Registrar, The Conference Board of Canada. Tél. : (613) 526-3280, poste 240. Télécopieur : (613) 526-4857.

Montréal — 14-16 avril — La 5^e Réunion annuelle conjointe de l'Association commerciale Canada-Taiwan (CTBA) réunira, cette année, des représentants de firmes taiwanaises et canadiennes de tous les secteurs — mais spécialement de l'industrie de la haute technologie. Des experts du bureau commercial canadien à Taipei, de la

Société pour l'expansion des exportations, d'AECEC et d'autres services du gouvernement conseilleront les participants sur le marché taiwanais, les débouchés et l'investissement. Communiquer avec Mme Elsie Lee, Association commerciale Canada-Taiwan (CTBA), Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

Vancouver — 22-23 avril — Asian Development - A Global Partnership. Ce colloque, qui précédera la réunion annuelle des gouverneurs de la Banque asiatique de développement, soulignera, entre autres, le rôle de l'entreprise privée dans le développement. Les questions-clés de la prochaine décennie dans les domaines financier et du développement seront débattues lors des séances plénières, des ateliers et des groupes de discussion. Les conférenciers comprendront des représentants gouvernementaux, des cadres de banques internationales, et des dirigeants de grandes corporations et d'agences internationales. Les frais d'inscription sont de 475 \$ avant le 15 mars, et de 575 \$ après. Communiquer avec Internatio-

nal Conference Services, Asian Development Business Seminar Society, Vancouver. Tél. : (604) 681-2153. Télécopieur : (604) 681-1049.

St. John's/Halifax/Montréal/Québec/Ottawa/Toronto/Winnipeg/Regina/Saskatoon/Calgary/Vancouver — 22 avril-3 mai — InvestTech 91 (voir article p. 11). Des spécialistes gouvernementaux des investissements et de la technologie en poste dans 21 missions canadiennes à l'étranger feront une tournée au Canada ce printemps pour mettre à la disposition des gens d'affaires canadiens, leur expertise et leurs connaissances spécialisées. Les sujets abordés couvrent des domaines tels que le partenariat stratégique, l'exploitation de licences étrangères de produits ou de procédés, les investissements en actions, les transferts de technologie et les entreprises conjointes. Pour obtenir des renseignements sur les modalités d'inscription et les dates respectives, communiquer avec Info-Export (sans frais) : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435). Télécopieur : (613) 996-9709.

Publications

Publications d'AECEC

La publication suivante est disponible auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Vient de paraître

Expansion du réseau : Mécanismes et programmes du Réseau d'aide scientifique et technologique d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) (#11TB) situé dans le contexte international actuel le rôle important des sciences et de la technologie. La publication traite des divers mécanismes mis en place pour faciliter

les échanges commerciaux, entre autres, les accords de collaboration bilatérale et multilatérale, les conseillers du Réseau d'aide scientifique et technologique et les agents de développement de la technologie. La participation du Canada aux programmes scientifiques internationaux ainsi que les programmes de soutien des sciences et de la technologie mis sur pied au sein d'AECEC y sont également décrits. Une liste complète de coordonnées au sein d'AECEC ainsi qu'à l'étranger est fournie à l'Annexe. Disponible auprès d'Info-Export.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°5

15 mars 1991

Remboursement de la Taxe sur les produits et les services (TPS) pour visiteurs d'affaires au Canada

Vos partenaires commerciaux étrangers (non-résidents) seront heureux d'apprendre qu'ils peuvent obtenir un remboursement de la TPS payé sur certains produits et services, pourvu que ces produits quittent le Canada à l'intérieur de 60 jours de leur achat. La TPS prélevée sur l'hébergement à court terme est remboursable également.

Calendrier 1991-1992 : foires/missions aux É.-U.

Le montant de la demande de remboursement doit être d'au moins 7 \$ (c'est à dire, le montant payé pour les produits et/ou l'hébergement est d'au moins 100 \$ CAN ou plus). Le remboursement peut être accumulé sur plusieurs visites.

Un remboursement ne peut être obtenu pour les produits et les services tels : le nettoyage à sec et la réparation de chaussures, les produits qui restent au Canada, les repas et les frais de restauration, les frais de terrains de camping, les boissons alcoolisées, les produits du tabac et les carburants automobiles.

Hébergement

L'hébergement de moins d'un mois à un même emplacement, lorsqu'il est acheté directement d'un hôtel, d'un motel ou d'un établissement semblable au Canada, est admissible au remboursement de la TPS. A noter que le remboursement de la taxe reliée à l'hébergement est offert aux personnes non-résidentes ou à la partie qui a réglé et payé l'hébergement.

Les particuliers qui n'habitent pas le Canada ne peuvent pas obtenir de remboursement relié à l'hébergement lorsque l'hébergement est acheté d'un voyageur ou d'une agence de voyage dans le cadre d'un forfait. Les voyageurs et les agences de voyage déduiront la

partie admissible au remboursement du prix du forfait pour que la personne non-résidente puisse bénéficier de la remise lors de l'achat du forfait.

La demande de remboursement

Une demande de remboursement de la TPS peut se faire de deux façons en utilisant la formule « Demande de remboursement de la TPS payée par les visiteurs » :

- en présentant la formule dûment remplie à une boutique hors taxes canadienne participante pour obtenir un remboursement immédiat comptant allant jusqu'à 500 \$ CAN par jour; ou
- en postant la formule à Revenu Canada, Douanes et Accise.

Le visiteur doit présenter avec sa demande de remboursement les factures originales ou des reçus originaux pour chaque article. Si le montant demandé

de l'hébergement. Les demandes de remboursement envoyées par la poste ne peuvent être présentées qu'une fois par trimestre. Les demandes de remboursement en personne peuvent être présentées en tout temps aux boutiques hors taxes participantes. Les visiteurs qui achètent occasionnellement des produits pour leur entreprise peuvent présenter une demande de remboursement de la TPS par mois. Les visiteurs qui effectuent des achats d'affaires réguliers au Canada ne peuvent utiliser la « Demande de remboursement de la TPS payée par les visiteurs ». Ils doivent utiliser la formule « Demande générale de remboursement » pour demander un remboursement de la TPS sur les achats commerciaux exportés du Canada.

Renseignements

Le dépliant intitulé *Remboursement de la TPS aux visiteurs*, qui inclut une demande de remboursement, donne de plus amples détails sur le remboursement de la TPS pour les non-résidents. Vous pouvez vous le procurer aux bureaux de douanes du Canada, dans la plupart des bureaux d'information touristique et aux boutiques hors taxes et détaillants participants, ou en écrivant à : Revenu Canada, Douanes et Accise, Programme de remboursement aux visiteurs, Ottawa, Canada K1A 1J5.

Vous pouvez aussi obtenir de l'aide en composant (sans frais) le numéro 1-800-66VISIT, partout au Canada ou, de l'extérieur du Canada, en composant le (613)991-3446. Pour les malentendants, tél. : 1-800-465-5770 (au Canada).

Les prochains numéros de *CanadExport* donneront d'autres renseignements sur les effets de la TPS sur les affaires des exportateurs canadiens.

DANS CE NUMÉRO

<i>Exporter : stratégie ou intuition ?.....</i>	2
<i>Débouchés commerciaux.....</i>	3
<i>Produits recherchés par Taiwan.....</i>	4
<i>Gros projets dans le Pacifique.....</i>	5
<i>Un logiciel sur les tarifs CE.....</i>	12
<i>Candidatures au Prix d'excellence....</i>	13

est supérieur à 500 \$, la demande de remboursement doit être postée. Les reçus d'hébergement doivent indiquer clairement le nombre de nuits d'hébergement incluses. Tous les reçus sont retournés au demandeur et, dans le cas de demandes présentées à une boutique hors taxes, seront remis immédiatement au demandeur.

Période admissible pour demander un remboursement

Les visiteurs peuvent demander un remboursement de la TPS jusqu'à un an après la date de l'achat des produits ou

Supplément : la Belgique

Voir pages 7-10

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Exporter : stratégie ou intuition ?

Un examen récent du succès à l'exportation de plusieurs entreprises révèle quelques facteurs intéressants.

Beaucoup d'entreprises ont une stratégie bien définie et leur démarche à l'exportation est structurée et fait partie d'un plan d'affaires soigneusement conçu.

Par contre, d'autres entreprises dont les affaires sont tout aussi florissantes n'avaient pas de stratégie axée sur les marchés étrangers. Elles sont devenues entreprises exportatrices par hasard, après avoir reçu une commande non sollicitée; après des vacances à l'étranger du propriétaire ou du président qui a découvert un créneau qu'il pourrait exploiter; ou encore après avoir, à tout hasard, répondu à une proposition reprise dans les "Débouchés commerciaux" publiés dans *CanadExport*.

Convient-il de procéder par intuition ou faut-il établir un plan solide? Tout le monde n'étant pas pourvu d'intuition au même degré, je favorise une décision fondée sur une analyse et une stratégie bien définies et soutenues par notre intuition. Exporter sur la base de l'intuition seule correspond à l'achat de billets de loterie: il est possible de gagner.

Établir une stratégie et un plan d'action met les chances de notre côté.

Une stratégie formule des plans pour nous mettre en position de survivre et de prospérer parmi nos concurrents. Ces plans doivent nous permettre de saisir les occasions d'agir que représentent les imperfections du marché.

Le point de départ d'une stratégie est la finalité de l'entreprise. Elle dépend des marchés exploitables (les imperfections du marché), des ressources et compétences

de l'entreprise, des valeurs et aspirations personnelles de la direction et de ses obligations éventuelles à l'égard de la société (exemple, les obligations de contenu local fixées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes).

La finalité des entreprises est en général de générer des profits pour rentabiliser le capital des actionnaires en fabriquant un ou plusieurs produits pour lesquels on possède une expertise particulière. Cette finalité se traduit en objectifs. Exemple: fabriquer des montres pour gauchers (avec les boutons à gauche), capturer ce marché inexploité, dans une gamme de prix entre \$x et \$y.

La fabrication représente un défi technologique. L'évaluation du marché et de la capacité de l'entreprise de s'emparer de ce marché constitue un travail analytique.

Beaucoup de personnes imaginent posséder toute leur stratégie en tête. Ils ne peuvent toutefois pas l'écrire. Pourront-ils l'exécuter s'ils ne peuvent l'exprimer dans leur langage quotidien? Coucher une stratégie sur papier lui fait franchir le test de la clarté.

Une manière simple pour évaluer son contenu est de soumettre la stratégie à plusieurs questions qui assureront un minimum d'ordre méthodologique: qu'est ce que je veux faire? Comment vais-je le faire? Avec quelles ressources? A quelles étapes vais-je mesurer les résultats? Selon quels critères?

Le contexte dans lequel une entreprise fonctionne lui permet d'établir ses objectifs. Ces objectifs requièrent des initiatives. Les initiatives viseront des buts mesurables.

La stratégie d'une entreprise est une planification qualitative et quantitative à long terme. La préparer exige beaucoup de travail. Elle conduit à une réflexion utile et donne une nouvelle perspective que ne permet pas le feu quotidien de l'action.

**Le rédacteur en chef,
René-François Désamuré**

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamuré

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et
Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

BRÉSIL — Une société qui transforme 3 000 peaux vertes par jour, compte 320 employés et exporte 80 % de sa production voudrait conclure un accord de coopération industrielle afin d'élaborer de nouvelles techniques (couleur, souplesse, résistance à l'eau, contrôle de la qualité) visant le traitement semi-fini du cuir. L'entreprise désire aussi étendre, au Canada, son programme d'échanges de formation d'une durée de deux à quatre mois. Communiquer avec Bill Denning, CPCS Technologies, Ltd., 740 ouest, rue Notre-Dame, bureau 760, Montréal H3C 3X6. Tél. : (514) 876-1915. Télécopieur : (514) 875-1023. Téléx : 055-60147. (CPCS Technologies Ltd., avec le soutien financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme de trois ans visant à encourager

la conclusion d'accords de coopération industrielle entre des entreprises canadiennes et brésiliennes. Son client est la State Development Bank de l'État de Parana — BADEP).

BRÉSIL — Une entreprise établie en 1971, dont les ventes en 1989 ont atteint 15,5 millions de dollars US (2,4 millions de dollars US en exportations) et qui compte 500 employés, recherche de la technologie moderne pour une vaste gamme de produits de santé humaine, en particulier des produits biotechnologiques, pharmaceutiques et de test de diagnostic. Communiquer avec CPCS Technologies (voir coordonnées ci-dessus).

HONGRIE — Une entreprise d'actionnaires en cosmétiques cherche à se joindre à une chaîne de grands magasins soit au moyen d'une entreprise conjointe ou par la vente d'actions. Communiquer avec Office for Investment Promotion Hungary, Dorottya u. 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-5044/228. Télécopieur : (36-1) 118-3732 (en indiquant le numéro de référence 90.1.0111 1E)

HONGRIE — Une entreprise désire établir une entreprise conjointe en vue de fabriquer des moteurs électriques (courant continu et asynchrone) et des génératrices spécialement conçues et fabriquées. Communiquer (mentionner le numéro de référence 90.1.0099

1E) avec M^{me} Ilyes; l'adresse et le numéro de télécopieur sont les mêmes que dans l'avis relatif à la Hongrie ci-dessus. Tél. : (36-1) 118-5044/228.

SINGAPOUR — Du bois de charpente, de la silicone à sceller et des moules en aluminium pour des encadrements sont recherchés par David Leong, Managing Director/Ms. Lina Foo, Manager, Mei-Ou Ya Trading Pte Ltd., No. 41 Defu Lane 6, Singapore 1953. Tél. : 287-3222. Télécopieur : 289-2583.

SINGAPOUR — Une entreprise recherche, entre autres, les articles suivants : du matériel de piscine et des produits de loisirs, des piscines préfabriquées, des belvédères, des sau-

industriel est recherché par Nelson Chang, Sales Manager, Active Chemical Industry, 21 Cavan Road #03-00, Singapore 0820. Tél. : 294-4944. Télécopieur : 298-0202.

SINGAPOUR — Des accessoires para-informatiques, des périphériques et des produits complémentaires sont recherchés par G.S. Ng, Managing Director, PET Computers Services(S) Pte Ltd., No. 9 Kallang Place #04-05/07, Kallang Basin Industrial Estate, Singapore 1233. Tél. : 296-3111/296-7222.

SINGAPOUR — Une entreprise recherche des produits de technologie à valeur élevée (technologie de l'information, produits électroniques, communication) pour le

marché asiatique. Communiquer avec Peter Young Lai, Managing Director,

Alphatec Resources Pte Ltd., 4 Robinson Road #03-04, Commercial Union Building, Singapore 0104. Tél. : 225-5186/7. Télécopieur : 225-1860.

SINGAPOUR — Une entreprise de génie désire importer des produits de manutention de matériaux et des composantes de remorque. Communiquer avec W.S. Tay, Zenith Engineering Pte Ltd., 34 Joo Koon Circle, Singapore 2262. Tél. : 861-1100. Télécopieur : 862-1948.

SINGAPOUR — Une entreprise souhaite importer de l'équipement radar et d'autres équipements connexes; des compas gyroscopiques, du matériel de communication par satellite, de communication radio et du matériel électronique. Communiquer avec Gerard Tham, Managing Director, Seanav Technical Services Pte Ltd., 3 Kallang Junction #04-00, Special Products Building, Singapore 1233. Tél. : 291-9526. Télécopieur : 293-9433.

SINGAPOUR — Une entreprise de services d'exploitation pétrolière cherche des robinets-vanne à pointeau, des vannes à papillon, des vannes à billes, des gants, du matériel d'exploitation pétrolière connexe et des pièces de rechange. Communiquer avec N. Ramalingam, Raanko Oilfield Services Pte Ltd., Block 34 Whampoa West #01-19, Singapore 1233. Tél. : 295-0255. Télécopieur : 294-8988.

nas, des vannes et des tuyaux en PVC ainsi que de l'hypochlorite de calcium. Communiquer avec Lewis Koh, Rock Water Products Pte Ltd., 3027 Ubi Road 1 # 02-106, Singapore 1440. Tél. : 747-6066. Télécopieur : 747-7518.

SINGAPOUR — Une entreprise commerciale désire importer du matériel électro-optique et militaire. Communiquer avec Chan Seng Kee, General Manager, Taga Trading Pte Ltd., No. 27 Tuas Avenue 8, Singapore 2263. Tél. : 861-9149. Télécopieur : 861-5644.

SINGAPOUR — Une entreprise de génie désire importer des produits pneumatiques, du matériel de manutention mécanique ainsi que des machines et des outils. Communiquer avec Heo Yew Seng, Director, Skymech Automation and Engineering Pte Ltd., Block 1023 Woodlands Industrial, Park 'D' #03-06, Singapore 2573. Tél. : 368-9938. Télécopieur : 344-7353.

SINGAPOUR — Une entreprise commerciale recherche des huiles-corps gras, des cires, des extraits, des dérivés, des produits chimiques organiques, de l'acide phosphorique et de l'aluminium (y compris des alliages). Communiquer avec Harish Soonderji, Managing Director, Agrind Trading(S) Pte Ltd., 100 Beach Road #15-05, Shaw Towers, Singapore 0718. Tél. : 296-2002. Télécopieur : 291-2278.

SINGAPOUR — Du papier torchon

Débouchés commerciaux

Produits recherchés par Taiwan

Les exportateurs canadiens ont la possibilité de fournir plus de 200 produits assortis à Taiwan étant donné que ce pays cherche à diversifier ses sources d'importations.

Selon M. Ted Lipman, directeur adjoint, commerce et tourisme, au Bureau commercial du Canada à Taipei, ces débouchés pourraient aussi aider le Canada à réduire son grand déficit commercial (trois pour un) avec Taiwan.

(Le Bureau commercial du Canada à Taipei a été ouvert par la Chambre de commerce du Canada en 1986 en vue d'encourager et d'appuyer les échanges commerciaux et les investissements canado-taiwanais.)

« Il est rare que Taiwan soit si ouvert à la promotion des importations. Il s'agit donc de débouchés qui valent la peine d'être étudiés, » a ajouté M. Lipman.

Il exprime cependant une mise en garde. Bien que cette perspective soit stimulante, les exportateurs doivent comprendre qu'à Taiwan, « une part du marché se mérite et n'est pas accordée de fait. Les réussites dépendent d'un suivi dynamique des demandes de renseignements, de la qualité, du prix. »

La liste des principaux produits importés est divisée en quatre catégories : les machines, les pièces et les accessoires industriels, les matériaux bruts, et les biens de consommation. En outre, chaque article qui s'y trouve possède un code de catégorie de produits (SH).

Pour obtenir des exemplaires de cette liste, communiquer avec Info Export (voir l'encadré en bas de la page 16).

Les entreprises désireuses de fournir ces produits à Taiwan auront leurs catalogues exposés dans la bibliothèque commerciale du Bureau commercial du Canada à Taipei, et du China External Trade Development Council (CETRA), pour que les entreprises locales puissent les consulter. Il est important d'indiquer le code de catégorie de produits (SH).

Faire parvenir les catalogues à M. C.T. Wu, Section 5, Second Department for Market Development, China External Trade Development Council, 5th Floor, 333, Keelung Road, Section 1, Taipei, Taiwan, République de Chine.

Envoyer également une copie de la correspondance à M. Ted Lipman,

Bureau commercial du Canada à Taipei, 13th floor, 365, Fu Hsing North Road, Taipei 10483, Taiwan. Télécopieur : 886-2-712-7244. Télex : 29484 CANTAI.

Réunion Canada-Taiwan à Montréal en avril

« Canada-Taiwan : voies d'accès au commerce et aux investissements » est le thème, cette année, de la Cinquième réunion conjointe de l'Association commerciale Canada-Taiwan (ACCT), qui se tiendra du 14 au 16 avril à l'hôtel Bonaventure Hilton de Montréal.

La réunion portera sur les industries de haute technologie, la fabrication et l'investissement, le commerce et les services. Toutefois, les participants pourront aussi rencontrer des cadres supérieurs d'entreprises commerciales taiwanaises et canadiennes, de tous les secteurs, afin de discuter de ce qui suit :

- des possibilités de commerce, de services et de d'entreprises conjointes à Taiwan;
- du plan d'infrastructure de six ans d'une valeur de 125 milliards de dollars US à Taiwan, qui exigera une vaste gamme de technologies et de savoir-faire étrangers; et
- des obstacles et des solutions en commerce et investissement.

Des conseils sur les affaires et le commerce seront offerts par des experts du bureau commercial du Canada à Taipei, de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ainsi que d'autres organismes gouvernementaux.

Le commerce bilatéral entre le Canada et Taiwan est passé de 232 millions de dollars en 1974 à 3,23 milliards en 1989. Taiwan regorge donc de débouchés et d'investissement pour les entreprises canadiennes qui désirent sérieusement explorer ce marché.

Pour de plus amples renseignements ou pour s'inscrire, communiquer avec Mme Elsie Lee ou M. Denis Trottier, Association commerciale Canada-Taiwan, la Chambre de commerce du Canada, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

Contrats décrochés

Le cabinet d'ingénieurs-conseils d'Ottawa Howe International Ltd. a reçu un contrat de 4,9 millions de dollars pour fournir un système intégré au port de Jurong de Singapour. Ce projet comprend l'informatisation du port et des opérations de base maritime.

La firme P. M. Sulcs & Associates Ltd., de Burnaby, fournira à la El Paso Natural Gas un logiciel conçu pour surveiller l'entretien et établir les coûts de ses installations dans tout le sud des États-Unis.

LGL Group, de Montréal, planifiera le réaménagement de l'administration et de l'infrastructure de la ville de Moscou. Cette filiale de la firme SNC a signé dernièrement un contrat de prestation de services-conseils de 4,3 millions de dollars US pour exécuter la première phase (une étude de 18 mois) de ce projet qui comprend la privatisation du logement, l'établissement d'un régime d'hypothèques, la mise en oeuvre d'un régime de taxation municipale et le renouvellement de l'infrastructure municipale de Moscou. Les associés de LGL dans ce contrat sont la firme Raymond, Chabot, Martin, Paré de Montréal, et McMillan Bull Casgrain d'Ottawa.

La division internationale de Babcock & Wilcox de Cambridge fournira des générateurs de vapeur et des éléments d'échangeurs de chaleur, évalués à plus de 32 millions de dollars, pour la centrale électrique nucléaire CANDU Wolsong II, en Corée. Le Wolsong II, conçu et fabriqué par Énergie atomique du Canada Ltée, a été acheté par la Korea Electric Power Corporation en décembre de l'an dernier.

Deux entreprises de génie québécoises, Le Groupe S.M. de Sherbrooke et Dynamis Envirotech de Longueuil, réaliseront une étude de pré-faisabilité pour la gestion de déchets dangereux au Mexique. Ce contrat en entreprise conjointe, d'une valeur de 1,3 million de dollars, comprend l'établissement d'une base de données sur les emplacements de stockage et de dépôt ainsi que l'établissement d'un échéancier pour la mise en place des premiers systèmes de gestion des déchets dangereux.

De gros projets d'aéroports offrent des possibilités dans les pays du Pacifique

Des projets d'aéroports, d'infrastructure et d'autres grands projets sont prévus dans les pays du bassin du Pacifique, offrant aux entreprises canadiennes des débouchés tout au long des années 1990.

Mais, pour tirer entièrement parti de ces possibilités, les firmes canadiennes doivent s'y prendre tout au début et se faire bien connaître.

Certaines le font déjà, tout dernièrement, par la participation à APEX'91; cependant, d'autres ne devraient pas hésiter à tenter leur chance.

Outre la Portland Airport Development Strategy (PADS), stratégie de développement de grande envergure du port et de l'aéroport de Hong Kong, d'une valeur de 18 milliards de dollars US (à laquelle participent déjà plusieurs entreprises canadiennes), d'autres projets sont planifiés ou en cours d'exécution, notamment :

- la construction d'un nouvel aéroport international à Macao;
- la construction d'un nouvel aéroport dans le sud de la Chine;
- la construction d'un aéroport en Mongolie;
- des plans pour un nouvel aéroport en Corée du Sud;
- la construction de l'aéroport Kansai du Japon sur une île près d'Osaka;
- des plans relatifs à deux projets de chemins de fer pour le transport en commun en Thaïlande; et
- des projets d'infrastructure à Taïwan et à Singapour.

La pierre angulaire du projet de la PADS est la construction de l'aéroport de Chep Lap Kok à laquelle la société d'ingénieurs-conseils Marshall Macklin Monaghan Ltd. (MMM) de Markham (Ontario), en association avec Wardley Capital Limited de Hong Kong, participera comme conseiller financier pour la phase de planification de l'aéroport.

Outre la construction de l'aéroport, l'infrastructure nécessaire pour la PADS comprendra l'agrandissement quintuple du port à conteneurs de la colonie

(déjà le plus actif du monde), des voies de transport étendues (des autoroutes, des chemins de fer pour marchandises et passagers, un tunnel routier et des ponts suspendus), une nouvelle ville qui abritera 150 000 personnes et le développement de petites zones industrielles.

Jusqu'à présent, plus de 50 entreprises du monde entier, y compris des sociétés canadiennes, ont soumis ou manifesté leur désir de soumissionner divers contrats reliés à la PADS. L'ensemble du projet doit être terminé en 2006.

C'est le projet de la PADS en particulier (et d'autres projets régionaux mentionnés ci-dessus) qui ont encouragé 12 entreprises canadiennes (dont quatre ont participé à la suite d'un article publié en première page du numéro du 15 novembre de *CanadExport*) à participer à APEX'91, le salon international de développement des aéroports, des ports et du transport, qui s'est tenu du 24 au 27 janvier à Hong Kong.

Selon M. C.S. Lee, directeur de projet pour le Hong Kong Trade Development Council, l'un des organisateurs du salon, « APEX n'est pas seulement un salon relié à l'aéroport de Hong Kong, mais un salon qui porte sur le développement de l'infrastructure dans la région de l'Asie et du Pacifique. Les participants sont venus montrer leur savoir-faire dans le domaine des projets partout dans la région. »

C'est exactement ce qu'ont fait les sociétés canadiennes qui ont participé à APEX. Outre les demandes de renseignements sérieuses reliées au projet de Hong Kong, un certain nombre d'entreprises canadiennes ont fait état de demandes de renseignements sérieuses (et de contrats éventuels) reliés à des projets à Macao, en Mongolie et à Singapour. Elles prévoient des ventes de plus de 15 millions de dollars sur une période de 12 mois.

Selon M. Leslie Reissner, délégué commercial adjoint à la commission du

Canada à Hong Kong, « nous ne nous attendons pas à ce que les entreprises canadiennes quittent APEX avec des contrats en poche, mais nous considérons cela comme un début. »

Un autre « début » qui permettra au Canada de se faire bien connaître dans la région, sera *Festival Canada'91*, une série d'activités canadiennes prévues à Hong Kong pendant le mois de juin. (Ces manifestations seront publiées dans des numéros futurs de *CanadExport*).

Pour plus d'informations sur le projet de développement de l'aéroport et du port de Hong Kong (un délégué commercial canadien a été affecté à la PADS), communiquer avec M. Leslie Reissner, Commission for Canada, G.P.O. 11142, Hong Kong. Télex: (code de destination 802) 73391. Indicatif: (73391 DOMCA HX). Télécopieur: (011-852) 847-7441.

On peut également obtenir des renseignements sur la PADS, sur d'autres possibilités éventuelles, sur APEX ou sur les foires commerciales futures éventuelles, auprès de M. Dan Mrkich, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 995-6962. Télécopieur: (613) 996-4309.

Mise à jour

Voici la nouvelle adresse de la division économique/commerciale de l'ambassade du Canada au Pays-Bas: 25, Parkstraat, 2514 JD, La Haye. Le nouveau numéro de télécopieur est: (070) 356-2823.

La nouvelle adresse du Bureau commercial du Canada à Barcelone, Espagne, est comme suit: Travessera de les Corts, ent. 1a, 08014 Barcelone, Espagne.

Le marché de l'informatique en Suisse

Un certain nombre de facteurs énumérés ci-dessous font de la Suisse un bon marché pour les exportateurs canadiens de matériel, de composants et de logiciel informatiques :

- la Suisse n'a pas de base de fabrication intérieure importante dans ce secteur;
- ce pays dépend beaucoup des importations (3,6 milliards de dollars en 1990);
- on prévoit que la croissance du marché dans ce secteur sera de 4 % à 6 %;
- les appareils pour économiser la main-d'oeuvre, la robotique et les systèmes informatisés sont en grande demande;
- la diversité internationale et multilingue qu'on retrouve en Suisse, de même que sa situation géographique au centre de l'Europe, en font un excellent marché d'essai qui peut servir de tremplin pour le reste de l'Europe.

Le marché actuel

En 1990, on estimait que les entreprises (en excluant le marché domestique et du divertissement) utilisaient 400 000 ordinateurs personnels, par rapport à 15 000 en 1986. Le taux de croissance annuel est impressionnant puisque, en 1989, les achats de logiciel et de matériel se montaient à 4,5 milliards de dollars.

Une étude réalisée récemment démontre que plus de la moitié des ordinateurs personnels sont utilisés dans de petites entreprises de moins de 20 employés. Parmi les entreprises et les sociétés industrielles, 92 000 utilisent des ordinateurs personnels tandis que 23 000 utilisent de gros ordinateurs, des micro-ordinateurs ou des ordinateurs personnels. Le marché des gros ordinateurs s'est stabilisé à quelque 600 millions de dollars par année.

Les postes de travail « intelligents » et à interface graphique de même que les systèmes UNIX connaissent une grande demande pour la CAO/FAO, la fabrication intégrée par ordinateur, l'enseignement assisté par ordinateur et l'électronique grand public, pour les activités commerciales perfectionnées des industries des banques et de l'assurance ainsi que pour les organismes internationaux situés en Suisse.

Plus de 85 % de l'équipement est acheté plutôt que loué, mais il n'y a pas de société importante qui domine totalement le marché. Les distributeurs

sont la clé qui permet d'entrer sur le marché suisse, la plupart d'entre eux étant membres de la SWICO, l'association d'équipement d'affaires et d'ordinateurs située à Zurich, ou la SAP, un organisme diversifié de technologie de pointe également situé à Zurich.

Il existe un marché gris de l'équipement informatique. Cependant, les principaux intervenants exploitent leurs propres réseaux de détaillants sous franchise ou de maisons de courtage.

Le matériel informatisé importé provient de l'Allemagne (23 %), des États-Unis (19 %), du Royaume-Uni (13 %) et des Pays-Bas (12 %).

La qualité et le service sont les garants de la réussite dans un marché extrêmement concurrentiel, en particulier pour les distributeurs.

La Suisse, un petit (6,7 millions d'habitants) marché concurrentiel au centre de l'Europe, n'a pas de taxe sur la valeur ajoutée. Ce pays n'est pas membre de la Communauté européenne (CE). Mais, elle bénéficie d'un commerce sans tarifs douaniers avec la CE et les pays membres de l'Association européenne de libre-échange (AELE).

Foires commerciales :

En Suisse, il existe des foires commerciales nationales, locales et organisées par les commerçants. En voici quelques-unes :

- **Swissdata, Bâle** — foire informatique tenue à tous les deux ans, habituellement en septembre, dans les domaines des sciences et de l'industrie.
 - **BUFA, Bâle** — foire sur les ordinateurs, le matériel commercial et l'ameublement, tenue à tous les deux ans, en alternance avec Swissdata.
 - **Computer, Lausanne** — foire annuelle en informatique se concentrant sur la Suisse romande.
 - **Burexpo, Genève** — foire informatique régionale annuelle.
 - **Logic** — une série de foires régionales tenues chaque année à St-Gallen, Berne, Zurich et Lugano.
 - **Computer Graphics, Zurich** — foire annuelle d'infographie, en janvier.
- Pour de plus amples renseignements sur les débouchés ou sur les foires commerciales en Suisse, communiquer avec M. Patrice Veilleux,

Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie avec l'Europe de l'Ouest (RWT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

On peut aussi communiquer directement avec l'ambassade du Canada, division économique-commerciale, 88 Kirchenfeldstrasse, 3005 Berne, Suisse. Tél. : (31) 44 63 81. Télécopieur : (31) 44 73 15. Télex : 911308 DMCN CH.

Foire en Hongrie sur les communications

Budapest — Il reste encore des places pour des entreprises canadiennes dans un stand national du Canada d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à IFABO, la foire commerciale internationale sur l'informatique, l'organisation de bureau et le génie des communications.

IFABO qui se déroule du 7 au 10 mai, dans la capitale de la Hongrie, attire des exposants du monde entier de matériel de traitement des données et de l'information, de matériel informatique, de machines et de l'ameublement de bureau, de systèmes de traitement du courrier, et de techniques de télécommunication, de l'imprimerie, de la copie et de la microfiche.

D'autres foires sont intégrées à IFABO, soit **Datenbank 91**, une foire internationale sur la compilation électronique de l'information (une étude sur plus de 4 000 bases de données dans le monde sera réalisée) et **Programma 91**, une foire internationale sur le logiciel qui présente des logiciels pour toutes les gammes d'applications et de systèmes informatisés. Il s'agit d'un événement important pour les fabricants de logiciels et leurs clients.

Les entreprises désireuses de participer à IFABO peuvent communiquer avec M. John Smiley, Direction de l'expansion du commerce en URSS et en Europe de l'Est (RBT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6359. Télécopieur : (613) 995-1277.

La Belgique

Votre partenaire dans l'Europe de 1992

Par l'ambassade du Canada à Bruxelles.

La Belgique est une valeur sous-estimée.

Avec une superficie d'environ la moitié de la Nouvelle-Écosse et une population de 10 millions d'habitants, la Belgique est l'un des plus petits pays d'Europe.

Toutefois, son rôle au sein de la Communauté économique européenne (CEE) est loin de se limiter au seul fait que sa capitale soit aussi celle de l'Europe. La petite taille du pays est en effet fort trompeuse quant à son importance réelle sur le plan commercial et industriel qui en fait une porte d'accès et une base d'implantation dans le marché unique de l'Europe de 1992. D'où son attrait pour les sociétés canadiennes.

Les données suivantes sont d'ailleurs fort révélatrices :

- la Belgique exporte 70 % de son Produit national brut (PNB), soit la proportion la plus élevée de tous les pays industrialisés;
- 75% du pouvoir d'achat de la CEE est situé dans un rayon de 350 km de Bruxelles;
- la Belgique est au même titre que la France le quatrième marché du Canada en Europe;
- l'économie belge a connu des taux de croissance moyens de 4 % au cours des cinq dernières années;
- la Belgique est l'un des pays les mieux placés pour profiter du marché unique;
- elle possède le plus haut niveau de concentration d'investissements étrangers dans le monde et jusqu'à tout récemment, elle était la première source d'investissements étrangers au Canada après les États-Unis et l'Angleterre.

Vendre à la Belgique et, à travers elle, à toute l'Europe

La place qu'occupe ce pays dans le commerce international est elle aussi tout à fait disproportionnée par rapport à sa population. Avec 0,21 % de la population mondiale, la Belgique est responsable de 3,2 % du commerce mondial et elle est le sixième importateur de la CEE avec seulement 3,1 % de

sa population.

La place commerciale de la Belgique présente deux caractéristiques fondamentales qui en font un marché des plus intéressants pour des entreprises canadiennes désireuses de pénétrer le marché unique de 1992.

La première, c'est que la Belgique est d'ores et déjà un véritable microcosme du marché unique et, par conséquent, un marché test incomparable qui en fait une porte d'entrée qui n'a pas d'équivalent au sein de la CEE.

En effet, la population de la Belgique est fort diversifiée et cosmopolite, à l'image de l'Europe : en plus de réunir sur un même territoire les cultures germaniques et latines incarnées par sa population néerlandophone (55 %), germanophone (5 %) et francophone (40 %), la Belgique compte un très grand nombre d'étrangers oeuvrant au sein des institutions de la CEE, de l'OTAN, de quelques 850 organismes internationaux et de milliers de sociétés multinationales dont plusieurs ont choisi la Belgique comme centre de coordination de leurs activités européennes.

Tout naturellement polyglottes, les Belges jouissent d'un pouvoir d'achat parmi les plus élevés en Europe.

Très sensible à la qualité et au service et depuis longtemps exposé aux produits d'origine les plus diverses, l'acheteur belge n'a pas, contrairement à plusieurs de ses voisins, de réflexe nationaliste le poussant à favoriser systématiquement la production nationale ou européenne au détriment d'un produit étranger.

La seconde caractéristique, c'est que la Belgique, de par sa position géographique et ses infrastructures, est un véritable centre de distribution pan-européen.

En effet, si elle exporte 70 % de son PNB, c'est non seulement parce qu'elle s'est spécialisée dans la transformation de matières premières qu'elle re-exporte sous forme de produits finis et semi-finis tant vers l'Europe que vers les autres marchés du globe, mais également parce qu'elle est à la tête d'un formidable réseau de distribution qui

rayonne sur les riches marchés environnants où se trouve 75 % du pouvoir d'achat de la CEE.

C'est ainsi que la Belgique, en plus d'abriter le deuxième plus grand port du continent, possède une infrastructure commerciale d'une redoutable efficacité qui s'appuie sur un réseau de transport et de communication parmi les plus denses et les plus efficaces du continent.

Le marché

Mais ne vend pas à la Belgique qui veut. On l'aura deviné, le marché belge est beaucoup convoité et hautement concurrentiel, et les acheteurs sont généralement loyaux envers leurs fournisseurs qui sont souvent établis de longue date.

Le succès est toutefois à la portée des sociétés qui commercialisent des produits et des services de haute qualité, qui occupent déjà une place importante sur le marché nord-américain pour leurs produits et leurs services et qui sont prêtes et capables d'investir le temps et l'argent nécessaires pour adapter leur méthodes de commercialisation aux exigences du marché européen et de démontrer leur sérieux et leur détermination.

Si des succès rapides sont toujours possibles, il n'en reste pas moins que toute percée sur le marché belge doit être réfléchie et soutenue et qu'elle exige habituellement un engagement à moyen terme.

Un partenaire européen taillé sur mesure

La Belgique est depuis longtemps l'un des pays européens les plus ouverts, dont la politique économique est fondée sur la libre entreprise et la concurrence. Dès 1921, naissait l'union économique belgo-luxembourgeoise. La formation du Bénélux après la deuxième guerre mondiale a été le prélude à la formation des communautés européennes.

Le libre-échange et le commerce international sont donc depuis longtemps la norme et la façon de vivre dans ce petit pays. Premier pays après l'Angleterre à s'être industrialisé, elle est

(Voir page 8 : La Belgique.)

La Belgique — (Suite de la page 7)

aujourd'hui l'un des plus industrialisés d'Europe ayant fort bien réussi ce qu'on a appelé sa troisième révolution industrielle. Située au centre du marché unique, elle est dotée d'un réseau de transport et de communication ultramodernes; son économie, entraînée par la puissante locomotive allemande et l'édification du marché unique, est fondée sur les services (65 % du PNB) et la transformation des matières premières importées.

La Belgique a une longue tradition d'accueil des investisseurs étrangers auxquels elle accorde le même traitement qu'à ses propres investisseurs. Il n'y a pas de limites imposées sur la propriété étrangère de sociétés belges, et des encouragements fiscaux importants sont prévus pour les compagnies qui centralisent leurs activités de coordination en Belgique et celles qui investissent dans des activités de haute technologie. Le nouvel investisseur peut s'attendre à une réception correcte de l'industrie locale et à un accueil chaleureux de la part des banques et des divers niveaux de gouvernements et de services publics. Il en va de même de la

main d'oeuvre qui se préoccupe davantage de sa sécurité d'emploi et de sa rémunération que de la nationalité de son employeur.

Enfin, la nouvelle loi belge sur la compétitivité forçant les partenaires économiques à faire des compromis lorsque la compétitivité de la Belgique est en danger offre une certaine garantie contre des situations conjoncturelles potentiellement défavorables aux entreprises installées sur son territoire.

Les investissements étrangers

Ce pays possède le plus haut niveau d'investissement étranger au monde avec quelque 17 000 projets réalisés depuis 1960. Au cours des cinq dernières années, il y a eu un mouvement massif d'investissements vers ce pays de la part de sociétés étrangères désireuses de se positionner en vue du marché unique.

Ce sont surtout les sociétés venant de pays hors CEE comme les Etats-Unis (40 % de l'investissement étranger récent) et le Japon qui ont exploité le terrain favorable que la Belgique offre.

Mis à part quelques exceptions notoires comme Power Corporation, Bombardier, McCain, Cascades, DMR,

CAST et NORDION, trop de sociétés canadiennes sont restées absentes de ce mouvement, leurs efforts d'implantation en Europe étant plus traditionnellement centrés sur le Royaume-Uni et la France.

Similarités canado-belges

Et pourtant, la structure industrielle du Canada et de la Belgique sont fort semblables avec quelques grandes sociétés et une multitude de PME de taille comparable ayant accès à un petit marché intérieur et dépendant beaucoup de leurs exportations vers les marchés de leurs puissants voisins.

De plus, le succès évident des uns dans leur marché régional et la faiblesse toute aussi évidente des autres dans ce même marché sont tous des facteurs qui indiquent qu'il y a entre la Belgique et le Canada une grande coïncidence d'intérêts et une complémentarité des tissus industriels et une compatibilité des cultures commerciales que l'on ne retrouve nulle part ailleurs dans la CEE.

Plus d'une quarantaine de sociétés canadiennes ont reconnu cette réalité et plusieurs autres auraient avantage à étudier sérieusement le cas de la Belgique dans le cadre de leur stratégie d'implantation en Europe. Elles pourraient y trouver d'agréables surprises.

La Belgique : Un aperçu des possibilités commerciales

La Belgique représente, avec la France, notre quatrième marché d'exportation au sein de la Communauté européenne (CE).

La spécialité traditionnelle de l'industrie belge réside dans la transformation de matières premières en produits finis et semi-finis, qui sont ensuite réexportés vers les marchés voisins. C'est pourquoi nos exportations vers la Belgique (1,2 milliard de dollars) comprennent essentiellement de nouveaux produits, notamment des matières premières, des minerais (263 millions de dollars), de la pâte à papier (209 M \$), des graines oléagineuses (100 M \$), du bois (65 M \$), des céréales (44 M \$), des produits chimiques (17 M \$) et du poisson (14 M \$).

Nous exportons également en Belgique des produits finis et semi-finis, notamment des chaudières industrielles (50 M \$), du papier (50 M \$), du matériel de transport (27 M \$), des fibres synthétiques (29 M \$) et des articles de table (20 M \$).

Le marché belge offre de nombreuses occasions d'accroître les échanges dans les domaines des produits et des services, du tourisme, et dans celui des sciences et de la technologie. Voici donc une liste de secteurs propices à l'expansion de nos relations commerciales avec la Belgique.

Produits forestiers : La Belgique représente un marché important pour nos exportateurs de produits forestiers, à cause du potentiel offert aux importations directes, mais

aussi (surtout grâce au port d'Anvers et aux maisons de commerce), aux réexportations vers les Pays-Bas, l'Allemagne et vers d'autres marchés du continent européen.

Dans le domaine des produits forestiers, les possibilités d'accroître les exportations de produits forestiers vers la Belgique sont favorisées par l'accessibilité du marché et par des efforts de promotion constants, notamment à l'égard des produits de grande valeur tirés du bois. La pâte à papier pénètre en franchise, tandis que le papier journal et le contreplaqué sont soumis à des droits de douane limités à cause des contingentements de la Communauté européenne.

Le bois d'oeuvre dégrossi exige un droit de 4 % et fait l'objet de règlements sanitaires coûteux dans les usines de la CE.

Nos activités de promotion en faveur de la construction de charpentes en bois d'oeuvre dans ce pays, et les ventes consécutives, sont toujours couronnées de succès.

Actuellement, ce type de construction vise environ 15 % des projets d'habitations unifamiliales, et les ventes continuent d'augmenter. Seule l'URSS devance le Canada quant aux exportations de bois d'oeuvre en Belgique; la Finlande et les Etats-Unis sont également des concurrents sérieux (ces derniers l'étant de plus en plus dans le domaine des charpentes en bois d'oeuvre).

La fièvre qui avait saisi la construction résidentielle en Belgique (20 % d'augmentation en 1988 et 1989) a été suivie,

(Voir page 9: La Belgique.)

La Belgique — (Suite de la page 8)

à partir de 1990, d'un ralentissement (3 % d'augmentation) causé par la situation économique de tous les pays d'Europe occidentale. Les débouchés à long terme visent l'exportation de produits plus coûteux, y compris le bois destiné à la menuiserie, aux planchers, aux panneaux décoratifs et aux parois.

Fruits de mer : Les Belges consomment beaucoup de viande; mais ils aiment aussi le poisson frais (consommation de plus de 8,2 kilos par personne et par an). On estime cependant que les pêches locales ne répondent qu'à 35 % de la demande de poisson et à 5 % de la demande de crustacés. La Belgique est donc un importateur patent de poissons et de crustacés, produits qu'elle achète principalement à ses voisins, notamment le Danemark, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne, la France, la Norvège et l'Islande.

Le marché belge des fruits de mer est évalué à quelque 600 millions de dollars par an, avec un taux de croissance annuel de 3,6 % depuis 1986. Les critères essentiels qui s'imposent aux exportateurs en quête d'une part du marché sont la qualité, la disponibilité et le prix. Les produits les plus demandés sont : le carrelet, la morue, la sole, les moules, le homard, le saumon, la truite et le hareng. Ajoutons que deux Belges sur trois continuent d'acheter leur poisson dans les boutiques « traditionnelles » de leurs fournisseurs locaux, mais les rayons spécialisés des supermarchés sont de plus en plus fréquentés.

Télécommunications : Ce secteur est en pleine transformation. En effet, l'actuelle Régie (RTT) sera remplacée par un organisme d'homologation (IBT) et par une société de télécommunication d'État (Belgacom). Celle-ci jouira toujours d'un monopole sur les services essentiels (téléphone, télégraphe, télécopieurs, télex, commutation de paquets) et, plus tard, le service ISDN. Mais l'achat d'équipements terminaux, de services à valeur ajoutée et de services d'information sera soumis à la concurrence du secteur privé.

La Belgique présente un certain retard par rapport à ses voisins; elle devra donc consentir à de gros investissements pour retrouver sa compétitivité dans ce secteur essentiel. Nos entreprises de télécommunication devraient alors miser sur ces développements.

Informatique : La Belgique dépend presque entièrement de l'étranger pour ses besoins d'ordinateurs. Le marché est dominé par des fournisseurs américains, mais les exportateurs européens et asiatiques sont de plus en plus nombreux. Les débouchés les plus prometteurs visent les mini-ordinateurs, les postes de travail, les DTP, les LAN, les imprimantes au laser, les équipements portatifs et les CAD/CAM. Le marché des logiciels courants est également dominé par les fournisseurs américains, mais les entreprises locales qui fabriquent des logiciels personnalisés se multiplient rapidement.

Au total, les dépenses belges consacrées aux ordinateurs sont encore assez faibles (1,7 %; 2,4 % pour les Pays-Bas); c'est pourquoi la demande de produits et de services devrait augmenter dans ce domaine; nos entreprises d'importance internationale les plus actives et les plus originales; dont certaines ont déjà obtenu quelques succès, devraient être

capables d'élargir leur part de ce marché.

Machines industrielles et équipements de protection de l'environnement : Les investissements industriels en Belgique sont très importants depuis cinq ans (20 % d'augmentation annuelle); le marché des machines et des équipements industriels a atteint 10 milliards de dollars canadiens, la demande portant sur presque tous les types de machines industrielles. Les investissements industriels sont en train de diminuer, mais la demande restera probablement assez forte; nos fabricants de machines et d'équipements industriels de classe internationale auraient intérêt à exploiter ce marché.

La pollution cause de graves problèmes, mais les lois et les règlements belges sur l'environnement ne sont pas encore aussi rigoureux que la plupart des dispositions européennes dans ce domaine. Cependant, l'opinion publique et les partis politiques accentuent leurs pressions, ce qui pourrait forcer le gouvernement central et les administrations régionales à adopter des mesures plus sévères.

Le ministère de l'Environnement de la Wallonie a déjà publié un plan consacré au problème des déchets solides; et la Flandre est en train d'instituer son propre ministère de l'environnement.

Il n'y avait pas, jusqu'à récemment, d'important marché belge pour les équipements de protection de l'environnement, ni de puissante industrie belge de l'environnement. Or, cette situation pourrait se transformer rapidement à la suite des mesures plus sévères annoncées par les trois gouvernements régionaux.

Équipements et services de transport : On est en train d'élargir les installations portuaires d'Anvers (qui est déjà le second port d'Europe), de Zeebrugge et de Gand. En outre, de nouvelles liaisons ferroviaires, notamment un TGV Paris-Bruxelles-Cologne-Amsterdam, sera établi. On est en train d'élargir l'aéroport de Bruxelles, récemment doté d'un terminal de chargement qui est l'un des plus vastes et des plus efficaces de la Communauté. Cet aéroport pourra ainsi desservir deux fois plus de passagers, et sera donc beaucoup plus à même de répondre à la demande de plus en plus pressante visant l'ouverture de lignes aériennes reliées à la capitale de l'Europe. Les transports ferroviaires et publics sont très développés en Belgique. Des entreprises telles que Bombardier ont conquis une part importante de ce marché par l'entremise de sa filiale belge BN.

On trouve également en Belgique un grand nombre d'usines d'assemblage automobile, dont la production totale équivaut à 10 % de la production des États-Unis. La plupart des besoins du secteur des transports sont desservis par des fournisseurs locaux et européens, mais il existe des débouchés, notamment dans le domaine des pièces automobiles (marché secondaire) et des matériels de réparation, et dans celui des équipements portuaires et aéroportuaires spécialisés.

Les possibilités de coopération avec l'industrie aérospatiale belge, qui exécute principalement des sous-contrats pour Airbus Industries et l'Aérospatiale (et qui prendra part à la construction du futur avion de combat européen), méritent également d'être étudiées, car elles pourraient offrir l'occasion de soumissions portant sur la fabrication d'éléments

(Voir page 10: La Belgique.)

La Belgique — (Suite de la page 9)

dans le cadre des grands projets aérospatiaux conçus en Europe.

Services: Le secteur des services contribue 65 % du PNB. Étant donné que l'économie belge est tournée vers l'extérieur et qu'on n'est plus très loin de 1992, la Belgique est en train de devenir un grand centre financier international. Ainsi, la moitié de ses activités bancaires sont maintenant liées à d'autres pays, et les banques belges sont celles dont les transactions internationales sont les plus automatisées. La bourse, les services financiers et le secteur des assurances sont également en train de s'adapter rapidement au nouveau cadre européen.

Parallèlement, les activités, déjà importantes, des ports d'Anvers, Zeebrugge et Gand, et celles du terminal d'avions-cargos de Bruxelles, devraient encore s'étendre à mesure que la Belgique s'affirmera comme grand centre international d'expédition et de distribution pour le marché européen.

Il existe également des débouchés attrayants dans d'autres domaines, notamment les services de franchisage, la consultation spécialisée, l'ingénierie et la construction.

Tourisme: La Belgique comprend environ dix millions d'habitants dont le niveau de vie est l'un des plus élevés de la Communauté européenne. Les Belges voyagent beaucoup; ils cherchent des vacances pleines d'activités et penchent donc pour un tourisme fleurant « l'aventure », qui leur offrira bons séjours et bonne chère. Le touriste belge passe pour un individualiste qui préfère éviter les voyages organisés. Étant donné ces particularités, il est clair que le Canada a beaucoup à offrir. Les organisateurs locaux, très peu nombreux, qui font la promotion du tourisme au Canada, ont récemment signalé une augmentation des ventes. Nationalair, qui gère actuellement deux vols directs réguliers par semaine vers Montréal, et SABENA, qui dessert deux vols hebdomadaires vers Toronto et Montréal, signalent également des taux d'occupation élevés.

Participation canadienne aux foires commerciales en Belgique

• Flanders Technology International
— Gent, 22-29 avril 1991 — Techno-

logie de pointe.

- IFEST 91 — Gent, 22-25 octobre 1991 — Technologie environnementale.
- Batibouw 92 — Bruxelles, mars 1992 — Bois et matériaux de construction.

Pour tout renseignement sur les débouchés en Belgique, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires exté-

rieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

Ou communiquer directement avec M. Bruno Picard, conseiller (commercial-économique), ambassade du Canada, 2, avenue de Tervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Tel: (011-32-2) 735 60 40. Télécopieur : (011-32-2) 735 33 83.

Le consulat général du Canada à Berlin : porte d'accès au marché de l'Allemagne orientale

Suite à la réunification de l'Allemagne en octobre, le Canada a perdu peu de temps pour ouvrir un consulat général à Berlin.

Le consulat est doté, entre autres, d'un délégué commercial, M. Michel Têtu, qui surveille de près le marché du grand Berlin et de toute l'Allemagne orientale (l'ancienne Allemagne de l'Est).

De passage à Ottawa, M. Têtu, qui connaît bien l'Allemagne où il avait déjà été affecté (d'abord à Hambourg puis à Munich), a accordé une brève entrevue sur les débouchés qu'offre son territoire, Berlin et l'Allemagne orientale.

Les activités prioritaires qui sont l'objet de dépenses publiques de la part des autorités provinciales ou municipales comprennent:

- le logement;
- le transport public;
- l'environnement (nettoyage des sites contaminés); et
- les services électriques et téléphoniques.

Tous ces secteurs, selon M. Têtu, offrent des débouchés aux fournisseurs de biens canadiens, tandis que les problèmes de l'environnement requièrent surtout des services.

Pour ce qui est des biens de consommation, les grandes chaînes de l'Allemagne occidentale sont en train d'étendre leurs réseaux de distribution à la partie orientale. Ce serait donc le moment, conseille M. Têtu, pour les sociétés canadiennes qui possèdent déjà des distributeurs en Allemagne occidentale, d'étendre leur distribution dans la partie orientale du pays.

D'autres possibilités s'offrent égale-

ment aux entreprises canadiennes, qui veulent prendre pied sur le marché commun européen avant 1992: plusieurs centaines d'entreprises sont à vendre en Allemagne orientale.

D'ailleurs, aux dires de M. Têtu, l'organisme fiduciaire chargé de ces ventes compte organiser conjointement avec le consulat général et la Chambre de commerce canado-allemande une tournée de colloques au Canada début mai.

Pour obtenir d'autres renseignements sur ces colloques ou sur les possibilités commerciales en Allemagne, tant orientale qu'occidentale, communiquer avec M. Alan Minz, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Tél. : (613) 996-3774. Télécopieur : (613) 995-6319.

On peut aussi communiquer directement avec M. Michel Têtu, délégué commercial, consulat général du Canada à Berlin, Europa Centre, D-1000 Berlin 30, Allemagne. Tél. : (011-49-30) 261 11 61. Télécopieur : (011-49-30) 262 9206.

Ou avec la Chambre de commerce canado-allemande, 1010, rue Sherbrooke, bureau 1604, Montréal H5A 2R7. Tél. : (514) 344-3051. Télécopieur : (514) 344-1473. Ou : 480 University Ave., bureau 1410, Toronto M5G 1V2. Tél. : (416) 598-3355. Télécopieur : (416) 598-1840. Ou encore : 1830 Steeles Place, 10060 Jasper Ave., Edmonton T5J 3R8. Tél. : (403) 420-6611. Télécopieur : (403) 420-6612.

Colloques sur la commercialisation indirecte en Europe centrale et de l'Est et en URSS

Une série de colloques de commercialisation à l'échelle internationale sur l'Union soviétique et l'Europe centrale et de l'Est se tiendra le mois prochain dans trois villes canadiennes — mais sous un jour nouveau.

Cette région économique en pleine évolution sera analysée d'un point de vue différent, celui de principaux partenaires commerciaux occidentaux, soit la Finlande, l'Allemagne et l'Autriche.

Peu de pays possèdent autant de connaissances spécialisées sur l'URSS, l'Europe centrale et de l'Est dans les domaines du commerce et des investissements que la Finlande, l'Allemagne et l'Autriche.

Les colloques porteront sur le commerce et les investissements ainsi que

sur les prévisions au niveau de chaque pays et de chaque entreprise.

Il y aura une discussion sur les formes traditionnelles et novatrices du commerce et du financement. Les conférenciers invités proviendront de l'industrie ou d'associations industrielles en Finlande, en Allemagne et en Autriche. Enfin, les colloques seront suivis de rencontres entre les participants.

Avec une superficie de 23 millions de kilomètres carrés, l'Europe centrale et de l'Est et l'Union soviétique comptent plus de 400 millions de consommateurs. Bien que le revenu par personne soit bas par rapport aux normes occidentales (entre 3 000 et 4 000 \$ US par personne), cette vaste région offre

d'excellentes nouvelles possibilités de développement commercial et industriel.

Voici un bref aperçu de la situation en pleine évolution et des possibilités :

- les échanges commerciaux traditionnels disparaissent;
- le monopole que détenait l'État sur le commerce extérieur et la planification centralisée s'effondre;
- la réforme monétaire est en cours ou elle est envisagée;
- un secteur privé animé de l'esprit d'entreprise se développe;
- on essaie d'acquérir des investisseurs étrangers; et
- les conglomérats industriels sont restructurés.

Bien entendu, une transition efficace à une économie de marché après 40 ans de doctrine communiste n'est pas simple, et il faut du temps. Mais, paradoxalement, les possibilités de développement du commerce sont peut-être les meilleures pendant la période où le risque est le plus grand et où il y a le plus d'incertitude.

Bien que rien ne puisse adéquatement remplacer la commercialisation directe, il est utile d'explorer une méthode de collaboration avec des partenaires commerciaux européens experts.

Ces colloques, qui sont organisés conjointement par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et l'Association des manufacturiers canadiens, offriront aux entreprises canadiennes qui s'intéressent à cet énorme marché en évolution la possibilité d'entreprendre une telle collaboration. Les colloques auront lieu le lundi 22 avril à Montréal, le mercredi 24 avril à Toronto et le vendredi 26 avril à Calgary.

Pour des détails sur le programme, l'emplacement et l'inscription, communiquer avec le bureau de l'Association des manufacturiers canadiens et l'Association des manufacturiers du Québec dans la ville pertinente.

Pour informations sur la planification des colloques, communiquer avec M. Tom Marr, Direction de l'expansion du commerce en URSS et en Europe de l'Est (RBT), AECEC. Tél. : (613) 996-6429. Télécopieur : (613) 995-1277.

Foires, salons internationaux

Un certain nombre de foires commerciales, auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas, mais qui peuvent intéresser les entreprises canadiennes, ont lieu à l'échelle internationale. En voici quelques-unes :

• **CONECO** — 22-26 avril — Bratislava, la République fédérale tchèque et slovaque. La 12^e exposition internationale de matériaux de construction, de technologie et d'architecture. Communiquer avec INCHEBA Company Limited, Viedenska cesta 5, 852 51 Bratislava (Tchécoslovaquie). Tél. : (66) 92255/92341. Télécopieur : (011 427) 846 736/847 982.

• **SYMPOMECH** — 22-26 avril — Bratislava, la République fédérale tchèque et slovaque. La 12^e exposition internationale et le Symposium de la minimécanisation des machines de construction, des outils mécanisés et du matériel de finissage de la construction. Communiquer avec la société mentionnée ci-dessus pour CONECO.

• **Lifestyle '91** — 29 mai-1^{er} juin — Tokyo, Japon. Cette foire commerciale en est à sa cinquième année. Elle présente les meilleurs produits de décoration intérieure américains et européens (couverts et coutellerie, produits de verre, oeuvres d'art, ameublement) de

même que de la joaillerie de luxe et des cadeaux. Communiquer avec le représentant canadien des foires, UNILINK, 50, Weybridge Court, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

• **SIMMEX '91** — 14-18 septembre — Katowice, Pologne. Cette foire commerciale internationale porte sur les mines, l'industrie de l'électricité et la métallurgie. Elle a lieu à tous les deux ans; plus de 330 exposants du monde entier y présentent des machines pour les mines souterraines et à ciel ouvert, des machines utilisées en métallurgie, des machines relatives à l'énergie électrique et du matériel de protection de l'environnement. Présenter sa demande de participation, au plus tard le 14 avril, à Simmex, Poznan International Fair, ul. Glogowska 14, 60-734 Poznan, Pologne. Télécopieur : 66-58-27 TARGI PL. Tél. : 413251 targ pl.

• **VITRUM '91** — 18-21 septembre — Milan, Italie. Il s'agit d'une exposition internationale spécialisée sur la fabrication du verre plat, du verre mixte et du verre creux comprenant les machines, l'équipement de traitement et les produits finis. Communiquer avec le Secrétariat de Vitrum '91, Via Petitti 16, 21049, Milan, Italie. Télécopieur : 02/33003819. Tél. : 331098 FAIMIL 1.

Des renseignements sur les tarifs de la CE sont maintenant disponibles pour ordinateurs

Grâce à un nouveau progiciel, les exportateurs ont désormais accès à une méthode rapide et facile pour trouver le taux tarifaire qui s'applique à n'importe quel produit exporté à la Communauté européenne (CE).

Le progiciel de base de données sur les tarifs de la Communauté européenne est essentiellement le livre tarifaire (TARIC) (les trois volumes) condensé en un seul programme de recherche auquel on peut accéder en introduisant le code des produits du Système harmonisé (SH) ou tout simplement un mot descriptif.

L'Europe de 1992 est un produit de l'interdépendance croissante des économies nationales, et cette évolution a créé le besoin d'information sur l'accès au marché. Pour de nombreuses entreprises désirant exporter leurs produits, la question la plus courante qu'elles demandent en premier, c'est la suivante : quel tarif sera appliqué à mes produits ?

Grâce au progiciel — mis au point par la Division de la diffusion informatique des données, de Statistique Canada, à l'intention de la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne (REM) à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) — les exportateurs ont actuellement les taux tarifaires de la CE à la portée de leurs doigts.

Caractéristiques du programme

- rapide;
- remplace plus de quatre mètres cubes de documents de référence sur papier coûteux;
- met l'accent sur les renseignements sur le Canada;
- fournit des informations sous une forme utile à des fins de référence ou d'incorporation dans des documents;
- immédiatement disponible (pas de liaison en direct nécessaire);
- portatif : l'ensemble de la base de données peut être comprimé sur une disquette de 1,2 Mb (les versions anglaise et française ensemble n'occu-

pent que 6,4 Mb de la capacité du disque).

L'un des éléments principaux de la stratégie de promotion commerciale "Horizon le monde" du gouvernement fédéral, c'est l'initiative l'Europe de 1992 qui vise à créer, d'ici le 31 décembre 1992, un marché européen unique sans barrières commerciales internes entre les 12 États membres de la CE.

Le nouveau progiciel relatif aux taux tarifaires fait partie de la campagne de REM entreprise dans le but d'informer les entreprises canadiennes des conséquences de ces nouveaux faits historiques.

Les informations dans la base de données ont été obtenues par AECEC directement auprès de la Commission des Communautés européennes. Le logiciel de recherche est protégé par des droits d'auteur.

Le progiciel est un produit d'information expérimental visant à aider les entreprises canadiennes à prendre des décisions stratégiques en ce qui concerne la pénétration du marché de la CE. Il ne devrait pas être considéré comme une méthode autorisée pour classifier les produits aux fins de douanes.

Les entreprises canadiennes peuvent se procurer, gratuitement, le progiciel sur les taux tarifaires. Communiquer avec Info Export à AECEC. Télécopieur : (613) 996-9709. Pour les entreprises qui ne disposent pas d'installations informatiques, communiquer avec le Centre du commerce international (CCI) le plus proche.

Pour faire des commentaires ou poser des questions sur le logiciel, communiquer avec J.G. Stinson, Statistique Canada. Tél. : (613) 951-8211. Pour obtenir des renseignements sur les tarifs de la CE, communiquer avec M. Brent McGregor, Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne (REM) d'AECEC. Tél. : (613) 995-8783. Télécopieur : (613) 995-1277.

Brésil : réductions des droits à l'importation

Le Brésil pourrait offrir des débouchés, d'autant plus que le pays a annoncé de nouvelles réductions de ses droits à l'importation dans le cadre de son engagement à établir une économie plus efficace et concurrentielle.

Et, bien que le Brésil passe actuellement par une récession, les possibilités d'exportation vers le Brésil ne manquent pas. Ce pays a en effet importé, en 1990, des produits d'une valeur d'environ 20 milliards de dollars US, y compris des produits d'une valeur de près de 500 millions de dollars du Canada.

Les mesures de libéralisation comprennent l'ouverture du Brésil à la concurrence étrangère — en mars 1990, la plupart des barrières non tarifaires établies il y a des dizaines d'années ont été éliminées et les conditions de base pour un programme de libéralisation des importations ont été établies.

La réduction progressive des droits à l'importation (le plan consiste à réduire le taux moyen actuel de 32,2 %, l'un des plus élevés du monde, à 14,2 % en 1994) fait partie du « programme de compétitivité industrielle » du Brésil.

Cela accordera aussi au secteur industriel brésilien du temps pour qu'il s'adapte à la nouvelle réalité.

Pendant la période de transition, une certaine protection sera accordée à l'industrie locale. Par exemple, le droit à l'importation des machines et du matériel sera plus élevé que celui des pièces de rechange et des composantes, ce qui permettra de protéger la fabrication locale de ces produits tout en permettant à l'industrie locale d'acquérir la technologie de pointe. Cela pourrait également permettre aux entreprises canadiennes de conclure des accords d'entreprise conjointe.

Voici des exemples de réductions progressives des droits à l'importation (en pourcentage) entre 1991 et 1994, d'intérêt aux exportateurs canadiens :

Biens de production : les machines et le matériel, de 30 à 20; le matériel à commande numérique, de 50 à 25; le matériel agricole, de 25 à 20; les tracteurs sur pneus, de 40 à 20; les tracteurs agricoles, de 40 à 20; le matériel informatique, de 50 à 40; les locomotives et les wagons, de 40 à 20.

Produits de consommation : les voitures, camions et motocyclettes, de 60 à

(Voir page 13: Le Brésil.)

Le Brésil — (Suite de la page 12.)

35; les condenseurs, cireuses de parquet, de 55 à 20; les jouets, de 85 à 20.

Comme les prix des produits fabriqués au Brésil dépassent souvent les prix internationaux, les exportateurs canadiens devraient conserver des avantages de prix concurrentiels dans bon nombre de domaines.

En 1994, on prévoit que le droit à l'importation le plus élevé sera de 40 % afin de protéger des secteurs industriels qui ne sont pas encore consolidés, tels que l'informatique, la microélectronique et les machines de précision. Mais dès que mêmes ces secteurs seront suffisamment développés, les droits à l'importation s'y rapportant seront aussi réduits.

Les sociétés canadiennes qui se renseignent sur les possibilités de leurs produits au Brésil devraient fournir les renseignements suivants pour obtenir une réponse plus rapide et complète :

1. Le nom ou la description détaillée du produit;
2. Le numéro de la classification tarifaire du Système harmonisé (SH), si on le connaît (seul les 6 premiers chiffres);
3. Une brève description des possibilités et des utilisations principales;
4. Une indication des utilisateurs ou des consommateurs traditionnels.

Pour renseignements sur des possibilités commerciales précises au Brésil, communiquer avec M. Pierre Pichette au consulat général du Canada à Sao Paulo (pour la région sud et sud-est du Brésil où se situent la plupart des centres industriels, commerciaux et financiers du pays), Caixa Postal 22002, 01499 Sao Paulo SP, République fédérative du Brésil. Tél. : (011-55-11) 287-2122/287-2234/287-2601/287-2176. Télécopieur : (011-55-11) 251-5057. Télécopieur : (code de destination 38) 23230 (CCAN BR).

Ou communiquer avec M. Fred Spoke à l'ambassade du Canada (pour les régions centrales, nord et nord-est du Brésil), Caixa Postal 07-0961, 70.410 Brasilia D.F., République fédérative du Brésil. Tél. : (011-55-61) 223-7515. Télécopieur : (011-55-61) 225-5233. Télécopieur : (code de destination 38) 611296 (0611296 ECAN BR).

Pour des informations générales sur les possibilités commerciales au Brésil, communiquer avec M. Roman Hruby, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud (LST), AECEC. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 996-0677.

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne : comment poser sa candidature

Chaque année, le Canada rend hommage à ses meilleurs exportateurs, choisis par un groupe de gens d'affaires éminents, qui ont fait leurs preuves sur les marchés internationaux.

Les lauréats du Prix d'excellence ont signalé que le Prix reçu constituait un important outil de commercialisation, permettant de faire connaître l'entreprise au pays, d'attirer de nouveaux clients étrangers et de relever le moral des employés.

Le Prix

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne (une plaque portant l'emblème du Prix d'excellence, ainsi qu'une brève mention des réalisations de l'entreprise) est décerné aux lauréats (de petites, moyennes et grandes sociétés représentant divers secteurs à travers le Canada) lors d'une cérémonie-gala qui a lieu en octobre sous la présidence du Ministre du Commerce extérieur.

En quoi le Prix peut-il vous être utile ?

Les récipiendaires du Prix peuvent utiliser l'emblème sur leur papier d'entête dans leur publicité et autres véhicules de promotion, pendant les trois années qui suivent la présentation du Prix. Les sociétés qui recevront le Prix feront l'objet de publicité à l'échelle nationale et régionale. Le symbole du Prix d'excellence à l'exportation canadienne, associé au nom de la firme, rappelle aux Canadiens l'importance du commerce (il assure 3 millions d'emplois canadiens et génère près de 30 % du Produit national brut (PNB) du pays) tout en soulignant les réalisations exceptionnelles du récipiendaire.

Conditions d'admissibilité

Sont admissibles toutes les firmes ou leurs divisions établies au Canada, qui exportent des biens ou des services depuis au moins trois ans, y compris les maisons de commerce, les banques et les sociétés de transport ainsi que les firmes qui s'occupent de mar-

chés, d'emballage et de promotion.

Critères de sélection

Le comité se fondera sur les critères suivants, sans toutefois s'y limiter :

- le rythme de progression des exportations de la firme (au cours de ses trois dernières années financières);
- l'implantation sur de nouveaux marchés;
- l'introduction de nouveaux produits d'exportation sur les marchés étrangers.

Promoteur

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) parraine chaque année le Prix d'excellence à l'exportation canadienne dans le cadre de son rôle visant à promouvoir de façon continue les activités axées sur l'exportation et à informer les exportateurs canadiens des nombreux programmes et services à leur disposition.

Pour obtenir un formulaire de candidature au programme du Prix d'excellence à l'exportation canadienne (la date de réception des formulaires de demande est fixée au 15 mai), envoyer ce coupon à :

Prix d'excellence à l'exportation canadienne, Direction des Centres du commerce international et de la formation à l'exportation (TPO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa (Ont). K1A 0G2. Télécopieur : (613) 996-8688. Télécopieur : (613) 996-8688. Télécopieur : (613) 996-8688. Télécopieur : (613) 996-8688. Ou composer sans frais le 1-800-267-8376.

Nom :

.....

Titre :

.....

Entreprise :

.....

Adresse :

.....

Ville, Province :

Code postal :

.....

Calendrier 1991-1992 des foires et missions aux États-Unis

Les États-Unis, notre premier partenaire commercial, absorbent environ 77 % de nos exportations.

L'une des façons les plus efficaces de pénétrer cet énorme marché — ou d'y élargir vos exportations — consiste à faire connaître vos produits et vos services à des foires et à des missions commerciales.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) prévoit participer à quelque 400 foires et autres activités commerciales aux États-Unis en 1991-1992.

Voici la première partie d'une liste chronologique des événements prévus dans plusieurs secteurs industriels, répertoriés par ordre alphabétique.

Pour plus de renseignements sur les foires et les missions ou sur les modalités de participation, communiquer avec la Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), ou avec la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO). Tél. : (613) 993-7343. Télécopieur : (613) 990-9119. (DAD=Date à déterminer.)

Aérospatiale

- Mission canadienne à Boeing — Seattle (Washington) — Avril 1991-mars 1992.
- Mission canadienne aux principaux sous-traitants — New York (New York) et Atlanta (Georgie) — Mai et octobre 1991.
- Mission américaine à Airshow Canada — Abbotsford (C.-B.) — 7-10 août 1991.
- Mission canadienne aux principaux sous-traitants — Dallas (Texas) — Août et novembre 1991.
- Mission canadienne aux principaux sous-traitants — Los Angeles (Californie) — Septembre 1991.

Agriculture — Machines, Équipements et Outils

- Mission américaine au Western Canadian Farm Progress Show — Regina (SK) — 20-22 juin 1991.
- Empire Farm Days — Seneca Falls (New York) — 6-8 août 1991.
- Penn State Agriculture Progress Days — Rock Island (Pennsylvanie) — 13-15 août 1991.
- Husker Harvest Days Trade Show — Grand Island (Nebraska) — 10-12 septembre 1991.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) au Farm Science Review Trade Show — Columbus (Ohio) — 17-19 septembre 1991.
- Mission de FEMA/FEWA/AIMRA (Farm Equipment Manufacturers Association/Farm Equipment Wholesalers Association/Agricultural and Industrial Manufacturers Representatives Association) à Dallas (Texas) — 3-7 novembre 1991.
- Farm and Power Show — Minneapolis (Minnesota) — 5-7 décembre 1991.
- North Dakota Agriculture Exposition — Minot (North Dakota) — Janvier 1992.
- Montana Agriculture Exposition — Great Falls (Montana)

— Janvier 1992.

- Mission américaine à l'International Farm Equipment Show — Toronto (ON) — Février 1992.
- California Farm Equipment Show — Tulare (Californie) — 11-13 février 1992.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) au California Farm Equipment Show — Tulare (Californie) — 11-13 février 1992.
- National Farm Machinery Show — Louisville (Kentucky) — 12-15 février 1992.
- Triumph of Agriculture Exposition — Omaha (Nebraska) — 9-11 mars 1992.

Articles vestimentaires et Chaussures

- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) à Seattle (Washington) — Avril 1991.
- Florida Children's Show — Miami (Floride) — Septembre 1991.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) — Vêtements pour enfants — Los Angeles (Californie) — Novembre 1991.
- Canada Mode Trade Show — New York (New York) — Février 1992.
- Chicago Men's Show — Chicago (Illinois) — DAD.
- Mission canadienne à Washington (D.C.) — DAD.
- Mission américaine d'acheteurs de Minneapolis — DAD.
- Mission canadienne de vêtements pour femmes — Los Angeles (Californie) — DAD.
- NEXUS — Minnesota (Minneapolis) — DAD.

Automobile - Marché après vente

- Automotive Parts and Accessories Association Show '91 — Chicago (Illinois) — 7-10 octobre 1991.
- Specialty Equipment Manufacturers Association Show — Las Vegas (Nevada) — 20-22 novembre 1991.
- National Autobody Conference and Exposition '91 — Las Vegas (Nevada) — Décembre 1991.
- Mid-America Trucking Show '92 — Louisville (Kentucky) — Mars 1992.

Chimie, Pétrochimie — Produits et Matériel

- Petrochemical Exposition — Houston (Texas) — Avril 1991.
- Colloques sur les Normes — Toronto (ON)/Montréal (PQ)/Vancouver (C.-B.) — Mai/juillet/septembre.

Conseil et autres Services

- International Intermodal Transportation EXPO 1991 — Atlanta (Georgie) — Mai 1991.
- Mission canadienne de fournisseurs de services dans le domaine de l'environnement — Boston (Massachusetts) — Mai 1991.
- GIS (Service des informations géographiques)- Visite-réunion Média — Boston (Massachusetts) — Juin 1991.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) - Services environnementaux —

Washington (D.C.) — Juillet 1991.

- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) - Services architecturaux — San Francisco (Californie), Seattle (Washington) — Août 1991.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) - Services géomatiques — Los Angeles (Californie) — Août 1991.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) - Services de génie-conseil — San Francisco (Californie) — Novembre 1991.
- 2^e Tournée des média - Services — Boston (Massachusetts) — Décembre 1991.

Communications - Ordinateurs et Logiciels

- Comdex Spring Show — Atlanta (Georgie) — Mai 1991.
- The Accounting Show — New York (New York) — Mai 1991.
- PCEXPO — New York (New York) — Juin 1991.
- Networld Dallas Show — Dallas (Texas) — Septembre 1991.
- Informatics Show — New York (New York) — Septembre 1991.
- Interop Show — San José (Californie) — Septembre 1991.
- Rochester Computer Show — Rochester (New York) — Septembre 1991.
- Comdex Fall Show — Las Vegas (Nevada) — Octobre 1991.
- Unix Exposition — New York (New York) — Octobre 1991.
- Mission canadienne sur les logiciels — Boston (Massachusetts) — Avril 1991-Mars 1992.

Construction - Matériaux et Matériels connexes

- Southern California Construction Exposition — Los Angeles (Californie) — 24-26 avril 1991.
- Southern Arizona Home Builders Show — Tucson (Arizona) — 25-28 avril 1991.
- Metro New York Construction Exposition — New York (New York) — Juin 1991.
- Pacific Coast Builders Show et Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) — San Francisco, (Californie) — Juin 1991.
- Colloque — Le Code de normalisation des États-Unis et l'Association canadienne des normes — Toronto (ON) — Juin 1991.
- Florida Lumber and Building Materials — Orlando (Floride) — Septembre 1991.
- Building Industry Show — Los Angeles (Californie) — Octobre 1991.
- Seattle Solo Building Show — Seattle (Washington) — Octobre 1991.
- Kitchen and Bath Show — Los Angeles (Californie) — Décembre 1991.
- National Association of Home Builders — Las Vegas (Nevada) — Janvier 1992.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) au National Association of Home Builders Show — Las Vegas (Nevada) — Janvier 1992.

- Northeast Construction Show — Boston (Massachusetts) — Mars 1992.

Culture - Édition de Livres

- ABA Show (American Booksellers Association) — New York (New York) — Juin 1991.
- Expositions régionales de livres — Plusieurs localités — Avril 1991-mars 1992.

Culture - Film, Vidéo

- Mission d'acheteurs américains de KERA, Dallas (Texas) — Toronto, Ottawa, Montréal — Mai, juin et juillet 1991.

Défense — Programmes, Produits, Matériel et Services connexes

- AAAA (Army Aviation Association of America) Colloque et exposition — St. Louis (Missouri) — 10-14 avril 1991.
- SAMPE Show (Society of the Advancement of Material and Process Engineering) — San Diego (Californie) — 15-18 avril 1991.
- Mission de sous-traitants IV américains — Montréal — 18-20 avril 1991.
- Mission d'acheteurs américains de la USAF/ALCs (US Air Force/Air Logistics Centres) — Provinces canadiennes de l'Ouest — 21-27 avril 1991.
- Mission canadienne au Navy Avionics Centre — Indianapolis (Indiana) — 29 avril 1991.
- AFCEA Show (Armed Forces Communications and Electronics Association) — Washington (DC) — 4-6 juin 1991.
- International Cooperative Research and Development WPAFB (Wright Patterson Air Force Base) — Canada — Juin 1991.
- Mission canadienne à l'AVSCOM/TRASCOM (US Army Aviation Systems Command/US Army Troop Support Command) — St. Louis (Missouri) — Juin 1991.
- Mission américaine — Aerospace/DGSC (Defence General Supply Centre); l'Ouest et le Centre du Canada (Phase I); le Centre et l'Est du Canada (Phase II) — Juin/Octobre 1991.
- Mission américaine de la Warner Robins Air Force Base, Atlanta (Georgie) — Canada — Juin 1991.
- Mission canadienne de compagnies de logiciels d'application militaire — Dallas (Texas) — Juin 1991.
- Canada Day/CECOM (Communications Electronics Command) — Fort Monmouth (New Jersey), New York (New York) — Juillet 1991.
- USMC Show (United States Marine Corps) — Washington (DC) — Août 1991.
- Mission de firmes canadiennes dans les domaines NBC (Nucléaire, Biologique, Chimique) — Washington (DC) — Août 1991.
- Mission américaine des principaux entrepreneurs de l'aérospatiale d'El Segundo (Californie) au Airshow — Abottsford (C.-B.) — Août 1991.
- AOC Show (Association of Old Crows) — Washington (DC) — Septembre 1991.
- Mission américaine de la Hill AFB (Air Force Base), San Francisco (Californie) — Canada — Septembre 1991.

(La suite au prochain numéro.)

Publications

Publications d'AECEC

La publication suivante est disponible auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Vient de paraître

Étude sectorielle de l'économie malaisienne : aliments importés (#11TB), préparée pour le compte du haut-commissariat du Canada à Kuala Lumpur, décrit les débouchés qui s'offrent aux exportateurs canadiens d'aliments de première qualité mais à des prix concurrentiels. L'étude donne aussi un aperçu du système de distribution alimentaire, des principaux supermarchés et des importateurs de Malaisie.

La publication suivante est disponible auprès de la Chambre de commerce du Canada tel qu'indiqué.

L'exportation aux États-Unis : Un guide commercial canadien, fournit de l'aide très pertinente aux petites et aux moyennes entreprises qui veulent avoir accès aux marchés des États-Unis. En plus d'énumérer les étapes clés à suivre pour percer avec succès sur ce marché, le guide indique les embûches à éviter et donne des informations sur les organismes et les ministères susceptibles de fournir de l'aide supplémentaire. Le guide est publié par la Chambre de commerce du Canada avec le soutien d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ainsi que d'Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC). On peut se le procurer au prix de 1 \$ l'exemplaire auprès de M. Keith Martin, directeur, Politique internationale, la Chambre de commerce du Canada, 55, rue Metcalfe, bureau 1160, Ottawa K1P 6N4. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

AU CALENDRIER

Montréal — 25 avril — Colloque sur l'investissement aux Antilles. Des cadres d'entreprises oeuvrant dans les Antilles feront un tour d'horizon des débouchés qui existent dans leur secteur. Le programme prévoit aussi des rencontres individuelles avec des représentants du gouvernement et du secteur privé, ainsi que des études de cas de sociétés qui ont réussi sur le marché antillais. Organisé par l'Association des exportateurs canadiens (AEC), AECEC, et l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M^{me} Sandy Baillieul ou M. George Rogerson, AEC, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

Charlottetown — 26-28 avril — Atlantic Canada Fashion Workshop (ACFW). Cet atelier d'immersion s'adresse aux gens d'affaires qui oeuvrent dans l'industrie de la mode et des accessoires de mode. Pour inscription (220 \$ y compris repas et logement), communiquer avec M^{me} Irene Pigott. Tél. : (902) 368-8528. Télécopieur : (902) 368-7087.

London — 28 avril-1^{er} mai — Business Strategies for Competing in a Global Economy. Ce colloque, qui vise à aider les cadres supérieurs d'entreprise à formuler des stratégies adaptées aux défis que représentent le libre-échange nord-américain et la concurrence mondiale, est structuré autour des études de cas pratiques. Les questions critiques seront traitées en conférence. Organisé par le National Centre for Management Research and Development, University of Western Ontario. Les frais de participation sont de 995 \$ plus TPS. Communiquer avec M. William Pursell, Administrative Director. Tél. : (519) 661-3307. Télécopieur : (519) 661-3838.

Montréal — 30 avril — Financement à l'exportation - Parlons risques. Atelier

organisé par la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Communiquer avec M^{me} Marie-Josée Allaire, SEE, Montréal. Tél. : (514) 878-1881. Télécopieur : (514) 878-9891.

Vancouver — 2^e moitié de mai — « Comment vendre du matériel non-militaire au gouvernement des États-Unis » fait l'objet d'une mission d'une journée à Seattle, dans le cadre du programme Nouveaux exportateurs vers les États frontaliers (NEEF). Date à confirmer. Joindre M^{me} Jacalin Crossfield, CCI, Vancouver. Tél. : (604) 666-1440. Télécopieur : (604) 666-8330.

Vancouver — 23-26 mai — Inter-Market 91 - Congrès et foire commerciale internationaux portant sur les relations entre les pays de l'Est et de l'Ouest. Ce congrès examinera les nouvelles relations d'affaires qui pourront surgir suite à la restructuration des économies de l'Europe de l'Est. Un forum de discussion — composé de banquiers, d'industriels et d'experts en technologie, marketing et tourisme — de renommée mondiale, échangera des idées sur divers aspects de l'import-export. La foire commerciale — un lieu de promotion de l'entreprise conjointe — exposera des produits d'exportation et de l'information touristique. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Inter-Market '91 Congress Ltd., Vancouver. Tél. : (604) 980-99723. Télécopieur : (604) 980-7058.

Edmonton — 4-6 juin — Inter-Can '91 : 7th Biennial International Canadian Onshore and Offshore Petroleum Exhibition Show & Conference. La version 1991 de cette conférence et exposition bisannuelles portera sur les nouveautés en terme des produits, des services et de la technologie dans les domaines du pétrole et du gaz. Communiquer avec M. Bruce Day, Inter-Can '91, a/s Canadian Exhibition Management Inc., Edmonton. Tél. : (403) 469-2400. Télécopieur : (403) 469-1398.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°6

2 avril 1991

Le Canada aidera à reconstruire le Koweït

Maintenant que les sanctions contre le Koweït ont été levées, la reconstruction de l'infrastructure koweïtienne, gravement endommagée par la guerre du Golfe, a débuté.

Pour aider les gens d'affaires canadiens à participer à l'effort de reconstruction, des services spéciaux ont été établis à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), ainsi qu'à la Corporation commerciale canadienne (CCC),

Le Groupe de travail sur la reconstruction du Koweït d'AECEC, en étroite collaboration avec l'ambassade du Canada à Koweït City, récemment ré-ouverte, et le Bureau de la reconstruction du Koweït de la CCC, s'affairent à promouvoir les intérêts des fournisseurs canadiens lorsqu'on recherche des biens et des services.

Le Groupe de liaison avec le secteur privé sur la reconstruction du Koweït aidera à coordonner la participation canadienne à l'effort de reconstruction, en maintenant un dialogue entre les fournisseurs canadiens et AECEC.

Par ailleurs, des ministres koweïtiens ont assuré le ministre du Commerce extérieur, M. John C. Crosbie, qu'en tant que membre actif de la Coalition qui a libéré le Koweït, le Canada aurait une position préférentielle pour participer aux travaux de reconstruction, estimés entre 100 et 300 milliards de dollars.

En tête de la liste des priorités du Koweït se trouve une vaste gamme de services essentiels : l'eau, le système

sanitaire, l'électricité, les communications, ainsi que l'industrie du pétrole et du gaz.

De plus, il y aura d'autres débouchés dans les secteurs de l'éducation, de la médecine et dans les infrastructures du commerce et du logement.

M. Crosbie a tenu à souligner qu'une expérience antérieure au Moyen-Orient constituera un atout manifeste pour décrocher d'éventuels contrats.

Lors d'une récente rencontre avec des responsables koweïtiens, M. Crosbie a été avisé du plan de reconstruction du gouvernement du Koweït. Il a affirmé que les entreprises canadiennes possèdent une bonne partie du savoir-faire qui aidera les koweïtiens à reconstruire

La Banque asiatique de développement

Voir Supplément pages 7-10

leur pays. « Les entreprises canadiennes peuvent apporter une contribution essentielle à la réparation des dommages infligés au Koweït, a déclaré le Ministre. Le potentiel global est énorme. » Le secrétaire d'État aux Affaires extérieures, M. Joe Clark, s'est rendu au Moyen-Orient du 6 au 12 mars pour discuter de la situation dans la région avec les dirigeants de certains pays visés : le Koweït, l'Arabie Saoudite, la Jordanie, la Syrie et l'Iran. Il était accompagné d'une délégation de représentants de firmes canadiennes oeuvrant déjà dans la région, qui pourraient jouer un rôle dans l'exécution de la première phase de la reconstruction du Koweït.

M. Clark a profité de ses rencontres au Koweït et en Arabie Saoudite pour encourager ses interlocuteurs à envisager favorablement une participation canadienne à l'effort de reconstruction. Il a aussi rencontré les responsables du United States Army Corps of Engineers, chargé de la première phase des travaux de la récupération d'urgence des services fondamentaux au Koweït.

La délégation qui accompagnait M. Clark comprenait aussi des membres de l'Association des exportateurs cana-

Calendrier 1991-1992 : foires / missions aux E.-U.

Voir pages 14-15

diens (AEC) et du Conseil commercial canado-arabe, qui collaboreront avec AECEC à la réalisation d'une série de colloques à travers le Canada. Ces colloques, dont les dates et les lieux restent à préciser, visent à faire connaître les débouchés et à assurer que les exportateurs canadiens se mettent en lice pour la concurrence.

Les activités prévues comprennent aussi l'accueil d'une série de missions de gens d'affaires koweïtiens et des rencontres avec des maîtres d'oeuvre déjà engagés dans des projets.

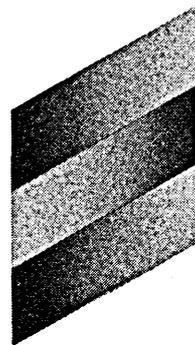
Les entreprises qui souhaitent participer à l'effort de reconstruction sont priées de communiquer avec M. Rick Railer, Groupe de travail sur la reconstruction du Koweït (TDT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 996-9265. Tél. : (613) 996-2298.

La CCC, qui a affecté, à l'ambassade du Canada à Koweït, du personnel chargé d'aider à explorer les débouchés commerciaux, pourra prêter une aide inestimable aux exportateurs canadiens. Communiquer avec le Bureau de la reconstruction du Koweït, Corporation commerciale canadienne, 50, rue O'Connor, Ottawa K1A 0S6. Tél. : (613) 996-0034. Télécopieur : (613) 995-2121.

Les Canadiens et les entreprises canadiennes dont les biens ont été perdus, endommagés ou détruits à la suite de l'invasion du Koweït, devraient informer le gouvernement du Canada de leurs éventuelles réclamations contre le gouvernement de l'Iraq. Faire parvenir, le plus tôt possible, les renseignements pertinents à la Direction du droit économique et commercial (JLE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 992-2467.

DANS CE NUMÉRO	
Un regard neuf sur l'exportation	2
Débouchés commerciaux.....	3
Les télécommunications en France	4
Les services publics à Singapour	6
L'Europe de 1992	11
Foires internationales	13

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Les Banques de développement

Un marché très spécial

L'ensemble des banques de développement (Banque mondiale, Interaméricaine, Africaine, des Antilles et Asiatique) dépensent plus de 20 milliards de dollars par année. Une grande partie de ces fonds est dépensée sur des biens et des services achetés par appel d'offre international. Les compagnies canadiennes peuvent soumissionner ces appels d'offres car le Canada est un membre de toutes ces banques.

Ce marché énorme est-il un leurre ou offre-t-il des débouchés exceptionnels ? Il offre des débouchés exceptionnels aux compagnies prêtes à y consacrer temps, argent et énergie.

Il s'agit d'un marché ultra-compétitif où se retrouvent de multiples entreprises du monde développé (vos principaux concurrents sur les marchés internationaux) et des entreprises du monde en développement qui jouissent d'un traitement privilégié de la part des banques qui veulent encourager ces entreprises.

Comment les banques fonctionnent

Les banques de développement procèdent par appel d'offre, ce qui présente des avantages et des inconvénients. Le système est très transparent. Vos concurrents connaîtront la teneur de votre proposition après l'ouverture des appels d'offre (parfois avant). Si vous avez équipé une machine d'un moteur de 53 CV alors que l'appel d'offre précisait 55 CV, ils s'assureront que votre soumission ne soit pas retenue pour ne pas avoir répondu spécifiquement à la demande. Il est possible d'excéder les spécifications, sans coût additionnel, mais il n'est pas recommandé de ne pas les atteindre, même avec explications. Je veux par ce petit exemple illustrer le genre d'expertise qu'il faut développer pour satisfaire aux appels d'offre des banques de développement. Préparer une soumission satisfaisante requiert une bonne connaissance des critères utilisés par ces banques pour analyser les soumissions. Ces critères sont publics et disponibles.

Les entreprises qui sont déjà établies dans les pays où les banques planifient des projets sont bien entendu dans une excellente position pour s'insérer dans ces projets. Dans le cas des projets qui requièrent des services, les entreprises pourront ainsi justifier de leur expérience sur le terrain. Cette expérience est un critère important de sélection. Pour les biens et équipements, les fournisseurs qui disposent déjà de réseaux locaux de service et de suivi détiennent un avantage marqué sur ceux qui sont absents du marché. Cette absence n'exclut toutefois personne. Si vous maîtrisez l'art de préparer une soumission qui satisfait tous les termes de référence, vous partez gagnant. Cet art n'est cependant pas très répandu.

Development Business, une publication des Nations-Unies, vous tient au courant de tous les projets examinés par les banques. Le reste, comme dans toute affaire, devient une question d'expérience et de contacts.

Il ne faut surtout pas oublier que les banques sont des banques et non des agences d'exécution. Elle prêtent de l'argent à des organismes qui exécutent les projets. Ce sont donc ces organismes, en général publics, mais parfois privés, qui lancent les appels d'offre et choisissent leur partenaire. C'est à eux qu'il faut se faire connaître et d'eux qu'il faut se faire « aimer ». Le contact personnel est très important et la confiance que vous inspirerez à votre interlocuteur demeurera toujours un critère non-officiel de sélection, même si elle ne fait pas partie des termes de référence de l'appel d'offre.

La Banque asiatique de développement (voir Supplément pages 7-10) agit parfois comme agence d'exécution. Elle le fait surtout pour fournir, par sous-traitant interposé, des services d'assistance technique. Il s'agit du seul cas où vous pouvez vendre vos services directement à la banque.

Pour en savoir davantage sur les banques de développement, n'hésitez pas à appeler Valentina Rusedski, Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisation (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-0705. Télécopieur : (613) 943-1100.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamoré

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et
Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré

La mise en pages et l'édition électronique de ce numéro est l'œuvre de Mlle Mary Morris, étudiante en journalisme au Collège Algonquin à Ottawa.

BRÉSIL — Un fabricant et un installateur d'antennes paraboliques et UHF, de tours et de connecteurs pour ces antennes, détenant 30 % (100 millions de dollars canadiens par année) du marché intérieur, souhaite conclure une entente de coopération industrielle, une entreprise conjointe ou une entente ouvrant droit à licence afin d'améliorer le contrôle de la qualité dans la fabrication des articles susmentionnés, en particulier les connecteurs. Communiquer avec Bill Denning, Directeur de projet, CPCS Technologies Ltd., 740 ouest, rue Notre-Dame, bureau 760, Montréal H3C 3X6. Tél. : (514) 876-1915. Télécopieur : (514) 875-1023. Télex : 055-60147. (La société CPCS Technologies Ltd., avec l'appui financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme triennal visant à encourager la conclusion d'ententes de coopération industrielle entre les entreprises canadiennes et brésiliennes. La banque de développement d'État de Parana (BADEP) est son client.)

BRÉSIL — Une importante entreprise de commandes graphiques numériques et de circulation, établie en 1975 et ayant réalisé des ventes de 10 millions de dollars en 1989, cherche de la technologie et un financement pour fonder une nouvelle entreprise avec un partenaire étranger afin de fabriquer du matériel de contrôle des procédés d'automatisation industrielle ou du matériel de traitement de données. Communiquer avec CPCS Technologies Ltd., à l'adresse susmentionnée.

ÉTATS-UNIS — Une entreprise commerciale établie à Miami, qui possède aussi des bureaux à la Nouvelle-Orléans et à Rio de Janeiro, désire acquérir les produits suivants auprès d'exportateurs canadiens: produits agricoles (bétail, matériel génétique); produits agro-alimentaires (céréales, légumes secs, produits alimentaires emballés); produits de la pêche (morue salée, etc.). Ces produits seront exportés au Brésil, au Mexique et vers d'autres marchés d'Amérique latine. Communiquer avec M. Marco T.C. Marangoni, Executive Vice-President, BAUEN America Inc., 801 Brickell Avenue, Suite 949, Miami, Florida, U.S.A. Tél. : (305) 539-0640.

HONGRIE — Une entreprise cherche des capitaux d'investissement pour entreprendre la construction d'un complexe de sports et de loisirs et un spa. Ce projet a été approuvé par le conseil municipal. Communiquer (en indiquant le numéro de référence 90.1.0082 KU) avec M^{me} Kemendy, INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorottya u. 4, Budapest H1051. Tél. : (36-1) 118-5044/228. Télécopieur : (361) 118-3732.

HONGRIE — Une coopérative en place depuis 33 ans, et employant de façon rentable plus de 300 personnes, exécute un certain nombre de tâches pour les entreprises étrangères, dont la menuiserie, la ferblanterie et les travaux spécialisés de toiture, la pose de carreaux, de panneaux et la peinture, ainsi que l'installation de services d'aqueduc, de gaz, de

cherche du béton, du mâchefer et de l'acier. Communiquer avec Lee Ngok Meng, Managing Director, Polytex Enterprise Pte Ltd., 15 McCallum Street #06-01, Natwest Centre, Singapour 0106. Tél. : 223-3157. Télécopieur : 221-3200.

SINGAPOUR — Une entreprise cherche une vaste gamme de produits dont : matériaux de construction, produits électroniques (semi-conducteurs, matériel de fabrication, de communication et d'automatisation), produits médicaux et chirurgicaux, pièces et machines textiles et matériel de traitement (chaudières, humidificateurs, déhumidificateurs, pompes thermiques). Communiquer avec Charles C.S. Li, James Richards & Li Pte Ltd., 315 Outram Road #08-02, Tan Boon Liat Building, Singapour 0316. Tél. : 221-5255. Télécopieur : 225-7838.

SINGAPOUR — Une entreprise cherche du matériel pour des essais non destructeurs, du matériel de criblage, d'enlèvement

Débouchés commerciaux

de l'eau et autre matériel connexe pour les industries du traitement des eaux usées, du traitement des eaux, des mines, des brasseries et du papier. Communiquer avec Alan Fields, Directeur, QED International S.A., 170 Upper Bukit Timah Road #12-03, Bukit Timah Shopping Centre, Singapour 2158. Tél. : 469-9866. Télécopieur : 469-2632.

HONGRIE — Une aciérie recherche des capitaux et de la technologie pour moderniser ses installations et pour faire du développement dans l'établissement de systèmes de contrôle complets des procédés dans des trains de laminaires à chaud, installer cinq bandes à froid doubles, installer des fours à bassin, fournir des lignes de production pour le fractionnement des bandes à chaud et acquérir des appareils de fabrication de serpentins. Communiquer (en indiquant le numéro de référence 90.1.0033 KC) avec M. Kilian. Tél. : (36-1) 118-3160. Même adresse et même numéro de télécopieur que l'adresse susmentionnée pour la Hongrie.

SINGAPOUR — Une entreprise cherche une variété indéterminée de denrées alimentaires. Communiquer avec K.K. Ong, Managing Director, Genesis Consumer Products Pte Ltd., 133 Middle Road #05-01C, Guan Hua Building, Singapour 0718. Tél. : 336-6740/336-6749. Télécopieur : 338-5601.

SINGAPOUR — Une entreprise

cherche à importer des pompes marines, industrielles, sanitaires, submersibles et électriques. Elle cherche en outre des produits électriques extérieurs (moteurs à essence à 2 temps et à 4 temps, moteurs diesel refroidis à air, sécheurs mécaniques, scies mécaniques et accessoires pour tondeuses à gazon). Communiquer avec Joseph C.H. Ong, Executive Director, Overseas Motors (Pte) Ltd., 201 Henderson Road #02-02/03, Henderson Industrial Park, Singapour 0315. Tél. : 274-3677. Télécopieur : 273-2657/272-0039.

SINGAPOUR — Une entreprise en place depuis dix ans souhaite importer de la viande congelée, du porc congelé, des produits laitiers et des fournitures de pâtisserie. Communiquer avec Harry H.K. Chung, Managing Director, Harry Chung Co. Pte Ltd., Robinson Road, P.O. Box 2916, Singapour 9049. Tél. : 278-2488. Télécopieur : 273-0149.

Les télécommunications en France : un bon marché à bien travailler

Cet article, qui a été préparé par l'ambassade du Canada à Paris, France, n'offre pas uniquement des renseignements sur le secteur des télécommunications dans ce pays, mais également de bons tuyaux sur les meilleurs moyens de percer sur ce marché et, indirectement, sur les autres marchés des télécommunications en Europe.

Vue d'ensemble

Les articles sur les marchés extérieurs des télécommunications semblent toujours souligner la taille et la croissance de ces marchés ainsi que les nouvelles possibilités qui découlent de la libéralisation; mais ils ne mentionnent pas que pour percer sur ces marchés, il faut travailler dur.

Sans aucun doute, les possibilités augmentent. Dans la Communauté européenne (CE), le contrôle monopolistique exercé par les administrations de téléphone (AT) est considérablement réduit. Actuellement, les entreprises canadiennes ont plus de possibilités de vendre des terminaux de téléphone, des PABX et du matériel de télécommunication mobile directement aux consommateurs sans passer par les AT. Et maintenant que les AT elles-mêmes doivent faire face à la concurrence dans de nombreux domaines, leurs décisions d'achat sont fondées davantage sur des paramètres économiques, ce qui réduit les désavantages que les fabricants étrangers ont peut-être subis.

Il faut travailler dur

Toutefois, rien n'est gratuit. Les possibilités ne s'offrent qu'aux sociétés qui ont d'excellents produits et qui sont prêtes à fournir un grand effort.

Avant de pouvoir vendre un produit, il faut répondre à de nombreuses questions. Quelles sont les normes dans le pays cible et quelles modifications faut-il apporter pour que le produit soit homologué? Quelles sont les firmes avec lesquelles il est possible de conclure des accords de distribution ou d'entreprises conjointes à des fins de fabrication? Le produit occupe-t-il un créneau ou devra-t-il faire face à une concurrence acharnée de la part d'un produit de rechange au prix raisonnable, qui existe déjà?

Etes-vous prêt à faire une visite de prospection au pays, suivie par des visites régulières alors que le produit se vend sur le marché?

Cet article examine ces questions du point de vue de la France, mais les remarques s'appliquent également aux entreprises qui exportent du matériel de télécommunication à n'importe quel pays de la CE.

La situation réelle

L'ambassade ici reçoit souvent, par télécopieur, des demandes de renseignements sur le marché des télécommunications et les normes, formulées, par exemple, de la manière suivante : « Nous avons une possibilité d'exportation et désirons recevoir de l'information par télécopieur le plus tôt possible », ou des demandes de renseignements préliminaires, dans lesquelles des entreprises annoncent qu'elles désirent exporter en France dans les deux mois suivants. Cela n'est pas réaliste!

Dans ce domaine, la technologie change rapidement, mais l'établissement d'un programme d'exportation de matériel de télécommunication vers l'Europe n'est pas quelque chose que l'on fait à la hâte. Ce n'est pas possible compte tenu des réalités suivantes :

- il faut analyser les normes européennes et nationales (il existe encore une multitude de normes nationales car il y a des différences techniques réelles entre les systèmes téléphoniques des divers États membres de la CE);
- les produits doivent souvent être conçus de nouveau pour satisfaire aux normes;
- un dossier complet doit être préparé et soumis pour le processus d'approbation du type, un processus qui dure au moins six mois;
- en vertu de la loi, les agents des douanes françaises sont tenus d'arrêter l'importation de tout produit de télécommunication qui n'est pas approuvé!

Ici à l'ambassade, nous ne travaillons pas dans les délais de « retour de télécopieur », mais en termes de plusieurs mois ou même d'un an ou deux avant la vente du premier produit. Le délai est plus court lorsque l'entreprise

canadienne collabore étroitement avec un partenaire français qui peut guider le produit à travers le processus d'approbation du type, surtout si le produit comporte une valeur ajoutée en France, et ainsi accélérer le processus.

Faire son devoir

Comme l'a écrit le rédacteur en chef de *CanadExport*, M. René-François Désamoré dans sa série d'articles intitulés « Un regard neuf sur l'exportation », « les exportateurs doivent utiliser les ressources des délégués commerciaux judicieusement et seulement après avoir obtenu tous les renseignements disponibles - au Canada ».

On peut répondre à bon nombre des questions posées ci-dessus au Canada.

Commencez par les normes. Le premier organisme avec lequel vous devriez communiquer, c'est le Conseil canadien des normes. Celui-ci a accès aux normes de l'AFNOR (françaises) ainsi qu'à toutes les normes utilisées en Europe. L'ambassade du Canada à Paris peut aussi fournir les noms des entreprises canadiennes ou françaises qui offrent des services d'expert-conseil et d'homologation en ce qui concerne les normes européennes.

Deuxièmement, obtenez quelques informations sur la situation des télécommunications en France. Les revues commerciales et les rapports de l'OCDE sont, en général, de bonnes sources de renseignements. On peut se procurer auprès d'AECEC (voir plus loin) des rapports sur le marché des télécommunications en France en général ainsi que des rapports plus précis sur les marchés des téléphones mobiles, de la câblodistribution et des réseaux informatiques. (Une entreprise spécialisée dans le commerce des téléphones cellulaires nous a demandé de « décrire en détail tous les essais sur le terrain » des téléphones cellulaires en France.)

Si une société ne sait pas que la France est un pays avancé qui, à l'instar de tous les pays riches de l'Europe de l'Ouest, a dépassé depuis des années « l'étape des essais sur le terrain », elle ne devrait même pas envisager d'y exporter.

(Voir page 5 : France.)

France — (Suite de la page 4.)

Troisièmement, vous devrez aussi obtenir des informations sur les fabricants et les distributeurs pour vous familiariser avec les entreprises et leurs activités en France. Procurez-vous les catalogues des foires commerciales de l'année dernière (les adresses sont dans les rapports mentionnés plus haut). Ces catalogues contiennent des renseignements sur tous les participants, et vous indiqueront avec précision le marché visé par la foire. Cette dernière information est importante car la France organise de nombreuses foires sur les télécommunications, chacune mettant l'accent sur un aspect différent.

La première visite en France

Nous n'allons pas répéter les renseignements donnés dans l'article « La visite de prospection » dans le *CanadExport* du 17 décembre 1990; mais simplement vous offrir quelques conseils sur ce que vous devriez faire pendant votre première visite en France —surtout si vous arrivez au moment de la foire commerciale dans votre sous-secteur :

- Vous devriez prendre les dispositions nécessaires pour parler au délégué commercial chargé des télécommunications. Il pourra vous mettre au courant de la situation en matière de réglementation, de vous informer sur les rôles des entreprises dans le domaine et de faire des suggestions pour aborder le processus d'approbation.

- A la foire, vous pourrez déterminer l'importance de la concurrence, de voir ce qui est offert et de remarquer s'il y a des créneaux inexploités que vous pourriez combler, ou si votre produit fait directement concurrence à des produits établis.

- Vous serez aussi en mesure d'évaluer la complexité du marché. Bien que la France soit à un niveau technologique semblable à celui du Canada, il existe des différences (elle nous devance pour ce qui est de la vidéotex et de la télédiffusion directe par satellite, mais elle est en retard par rapport à nous en ce qui concerne les téléphones cellulaires et la câblodistribution).

- Vous pourrez parler à des distributeurs ou à des fabricants de produits complémentaires que vous aurez contactés à l'avance. Vos produits sont-ils complémentaires à ceux qu'ils offrent ? Et,

(Voir page 6: France.)

Le marché des télécommunications mobiles en France

L'industrie de la téléphonie cellulaire en France et, d'ailleurs, dans toute l'Europe occidentale, connaît une croissance phénoménale.

Cependant, lors d'une conférence d'affaires tenue récemment et qui réunissait tous les intervenants du marché de la téléphonie cellulaire, les entreprises d'exploitation canadiennes brillaient par leur absence.

On peut se demander si les entreprises canadiennes exploitantes sont en train de rater cette occasion de s'établir de l'autre côté de l'Atlantique.

C'est la question que se posait les agents de l'ambassade du Canada en France qui ont préparé ce bref coup d'oeil du marché des télécommunications mobiles dans ce pays.

Les débouchés pour les entreprises canadiennes ne se limitent pas à la fourniture d'équipement. Dans la Communauté européenne (CE), chaque gouvernement est tenu d'attribuer au moins un permis à un exploitant de service autre que la société chargée du service téléphonique de ce pays.

Les règlements de la CE stipulent qu'il doit y avoir une concurrence entre les fournisseurs de services, comme c'est le cas, par exemple, en Ontario et au Québec, entre Bell Cellulaire et Cantel.

L'Europe de l'Est se cherche aussi des partenaires expérimentés pour mettre en place des réseaux mobiles en moins de temps qu'il ne lui faudrait pour moderniser ses systèmes actuels.

Les travaux préparatoires pour ce qui constituera le plus important marché des télécommunications de la décennie seront fermement établis au cours de la prochaine année. Les entreprises exploitantes de la société Bell des États-Unis qui ont de l'expérience en téléphonie cellulaire (comme US West, Pacific Telesis, Bell South et Nynex) ont des associations ou des consortiums bien établis avec des entreprises européennes afin d'allier les marchés locaux et les compétences techniques à l'expérience américaine. Ce genre de dispositions est aussi nécessaire à cause des règlements de nombreux pays, comme la France, qui limitent la participation étrangère dans les entreprises d'exploitation.

Les exportateurs devraient cependant savoir que la croissance phénoménale de cette industrie cache certaines difficultés techniques dont beaucoup sont en voie d'être réglées.

En effet, il existe un grand nombre de normes incompatibles, par exemple, un téléphone cellulaire dans une voiture d'Allemagne ne peut pas être utilisé en Italie, et un téléphone de France ne peut servir ailleurs qu'en France.

La situation en France est aggravée du fait que le principal réseau dans ce pays, le Radiocom 2000, fonctionne en vertu d'un protocole de transmission limité et qu'il a atteint un point de saturation dans les plus grands centres urbains (c.-à-d. qu'il ne peut accepter de nouveaux clients). Un service concurrent, exploité par la Société française du radiotéléphone, utilise une version modifiée de la norme scandinave.

Cette situation est sur le point de changer de façon radicale. Les fournisseurs de services cellulaires européens viennent de signer un protocole d'entente. En vertu de ce protocole d'entente, un service de téléphone cellulaire numérique fondé sur la norme du Groupe spécial mobile (GSM), sera offert, de façon limitée, en juillet 1991 (bien que plusieurs pays aient déclaré qu'ils ne pourraient peut-être pas satisfaire cette échéance), et la mise en place totale sera faite pour 1992.

On s'attend à ce que 20 millions de téléphones cellulaires soient vendus d'ici la fin de la décennie. Les téléphones conformes à la norme du GSM fabriqués pour un pays pourront être vendus et utilisés dans toute l'Europe.

France — (suite de la page 5.)

votre système de distribution en Amérique du Nord servirait-il à commercialiser leurs produits ? Pourront-ils vous aider à surmonter l'obstacle de l'homologation ? Des échanges de savoir-faire technologique sont-ils possibles dans le proche avenir ?

Le marché des télécommunications en France

En France, le marché des télécommunications connaît une transformation rapide. Cela est attribuable à des consommateurs qui recherchent des produits nouveaux (p. ex. les télécommunications mobiles); aux programmes gouvernementaux (la vidéotex et la câblodistribution); à la libéralisation du marché (le téléphone et le matériel de terminaux); et au changement technologique (dans l'ensemble du secteur).

La France accorde beaucoup d'importance à l'établissement d'une infrastructure complète et efficace de télécommunication, et elle est le chef de file dans de nombreux sous-secteurs tels que le vidéotex et le réseau numérique à intégration de services (RNIS). Avec du travail et les produits voulus, on peut exporter vers ce pays.

Pour renseignements sur les normes, joindre le Conseil canadien des normes, 350, rue Sparks, bureau 1200, Ottawa K1P 6N7. Tél.: (800) 267-8220. Télécopieur: (613) 995-4564.

Pour obtenir le rapport EC '92 *Télécommunication et informatique*, communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 16). Pour plus d'informations sur la participation canadienne aux foires commerciales dans le domaine des télécommunications en Europe ou pour obtenir des rapports sectoriels sur les télécommunications en France, joindre la Direction de des technologies de l'information et de l'électronique (TDE) d'AECEC. Tél. : (613) 995-7558. Télécopieur : (613) 996-9265.

On peut se procurer un guide important pour les exportateurs dans le domaine des télécommunications en France, intitulé *France Telecom: An Insider's Guide*, au prix de 25 \$ US auprès de Telephony Books, Box 12401, Overland Park KS, 66212 USA. Tél. : (312) 922-2435. Télécopieur : (312) 922-1408.

Le marché des services publics à Singapour

Selon une étude préparée pour le haut-commissariat du Canada à Singapour, il est amplement possible d'augmenter les ventes de matériel de services publics canadiens à ce pays.

C'est une des constatations du rapport intitulé *Sectoral Analysis - Singapore Public Utilities Industry* établi l'année dernière par SRI International.

Malgré le petit marché intérieur de Singapour, de nombreuses possibilités s'offrent encore aux fournisseurs et aux entrepreneurs. Le *Public Utilities Board (PUB)* de Singapour, l'organisme gouvernemental chargé de la fourniture d'électricité, d'eau et de gaz canalisé, a un budget de 6,2 milliards de dollars S pour l'expansion et l'amélioration de l'électricité, de l'eau et du gaz canalisé au cours de la décennie allant de 1988 à 1998.

Les marchés éventuels comprennent :

- l'infrastructure d'une production d'énergie, y compris des centrales et des sous-centrales électriques;
- l'infrastructure pour des réservoirs d'eau;
- le matériel pour la distribution de gaz naturel; et
- le matériel de distribution d'électricité, d'eau et de gaz, y compris des conduites à gaz et des tuyaux de branchement.

Étant donné l'amélioration continue du matériel existant, il existe aussi des possibilités de fourniture de matériel plus rentable et efficace ainsi qu'un marché de remplacement d'appareillage de connexion, de génératrices, de tuyaux et de conduites.

Comme Singapour passe du mazout au gaz naturel, le pays aura besoin de nouveaux types de systèmes de distribution à haute pression, y compris les suivants : des tuyaux en polyéthylène, des systèmes de creusage, le matériel SCADA (Supervision of Control and Data Acquisition) pour le contrôle de la distribution et des procédés.

En raison de l'expansion de son système électrique, Singapour offrira des possibilités aux entrepreneurs et fournisseurs de matériel principal et de matériel pour le contrôle de processus. En outre, le pays recherchera des mini-ordinateurs dans le domaine de la gestion des installations et des projets.

En 1988, le Japon était le fournisseur principal de matériel à Singapour. Il a fourni 33 % des importations d'une valeur de 4 milliards de dollars S dans ce secteur. La société canadienne Willowglen System Ltd. n'a pas seulement fourni le système SCADA actuel pour la distribution du gaz, mais elle fournit aussi au ministère de l'Environnement et au Housing Development Board des systèmes de contrôle pour les réseaux d'égout. De plus, elle assure l'entretien de montecharges.

Les entreprises étrangères peuvent soumissionner des contrats portant sur du matériel d'infrastructure et de production. Les deux manières de base pour vendre du matériel de production et de distribution d'électricité, d'eau et de gaz canalisé sont les suivantes : des ventes directes par l'entremise d'un fabricant nommé de matériel original et des ventes par le biais d'un agent.

Pour ce qui est des règlements gouvernementaux à Singapour, les importations de matériel utilisé par le secteur des services publics est exempt des droits de douane. De plus, Singapour permet aux entreprises étrangères de détenir la totalité des actions des sociétés du pays.

Cette étude contient aussi une liste de personnes-ressources clés de l'industrie et du gouvernement ainsi qu'une brève description des stimulants fiscaux offerts.

Pour plus d'informations sur les possibilités commerciales à Singapour, communiquer avec Mme Louise Branch, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5824. Télécopieur : (613) 996-4309.

La part canadienne des projets de la BAsD

La Banque asiatique de développement (BAsD), qui a financé, en 1989, des projets dans des pays asiatiques en voie de développement d'une valeur de plus de 3,6 milliards de dollars US, est un organisme important pour les entreprises canadiennes, surtout celles oeuvrant dans les domaines de la consultation et des projets d'immobilisation.

Le Canada est l'un des pays qui fournit des fonds à la BAsD, mais la part des exportateurs canadiens visant les contrats de la BAsD ne reflète pas le niveau global de l'intérêt que le Canada porte à cet organisme (voir tableau page 10).

Traditionnellement, les entreprises d'experts-conseils canadiennes ont obtenu un nombre satisfaisant de contrats; toutefois, elles pourraient en remporter davantage. En outre, la performance du Canada pour ce qui est des projets d'immobilisation, qui représentent environ 90 % des activités de la Banque, demeure faible. Cela reflète grandement le problème plus global de l'absence d'entreprises de construction et de fabricants canadiens dans les marchés des pays asiatiques en voie de développement.

Prêts

Depuis l'établissement de la Banque asiatique de développement en 1967, les fournisseurs, les entrepreneurs et les experts-conseils canadiens ont obtenu des contrats d'une valeur totale de 157,6 millions de dollars US, financés par des prêts de la BAsD aux gouvernements des pays membres. Ces fonds représen-

tent 1,06 % de l'ensemble des prêts de la BAsD. Par comparaison, la part de l'Australie est de 1,34 %, celle du

ont obtenu 0,75 % des contrats de services d'experts-conseils reliés à des prêts de la BAsD, d'une valeur de 0,5 million de dollars US, et 0,42 % de contrats de matériel et de travaux civils, d'une valeur de 8,5 millions de dollars US.

En pourcentage, notre performance traditionnelle dans le domaine des services d'experts-conseils financés par des prêts est de loin meilleure que celle dans le domaine du matériel et des travaux publics.

C'est d'ailleurs le cas pour tous les contrats financés à travers le monde par toutes les banques de développement.

Notre part cumulative totale de 50 millions de dollars représente 6 % des contrats de services d'experts-conseils financés par des prêts de la BAsD.

Aide technique

En ce qui concerne l'aide technique subventionnée par la BAsD (les contrats sont octroyés directement par la BAsD), notre performance est semblable à celle dans le domaine des services d'experts-conseils financés à même des prêts. Au cours des années, le Canada a conservé 5,6 % des contrats d'aide technique. Nous nous plaçons donc directement derrière le Royaume-Uni, les États-Unis, les Philippines et

l'Australie. Pour 1989 seulement, le Canada a remporté 9 contrats d'aide (Voir page 8: Appui.)

La Banque asiatique de développement : ce qu'elle est et ce qu'elle fait

La Banque asiatique de développement (BAsD) est un établissement financier international qui est financé par ses 47 pays membres, soit 32 de la région de l'Asie du Pacifique et 15 de l'Europe et de l'Amérique du Nord (dont le Canada).

Cette banque dessert une région où vit plus de la moitié de la population de la planète.

La principale fonction de la Banque est d'utiliser les ressources dont elle dispose pour :

- consentir des prêts et des investissements en actions pour l'avancement économique et social des pays membres en voie de développement;
- fournir de l'aide technique pour la préparation et l'exécution de projets et de programmes de développement ainsi que pour la prestation de services consultatifs;
- promouvoir l'investissement de capitaux publics et privés aux fins de développement;
- aider à la coordination de plans et de politiques de développement pour les pays membres;
- coopérer avec des organismes publics internationaux et des groupes nationaux touchés par l'investissement de fonds de développement dans la région.

Les banques ont surtout consenti des prêts au secteur public et ont mis l'accent sur la promotion du développement économique par les gouvernements. Les investissements appuyés par les banques dans le secteur public ont servi à construire des infrastructures physiques, par exemple pour l'agriculture et l'irrigation, l'électricité, le transport et les communications; ainsi qu'une infrastructure sociale telle des écoles et des cliniques de santé. Ces infrastructures ont servi de base au taux généralement élevé de croissance et de développement que connaît cette région. Ce modèle devrait se poursuivre à l'avenir.

Cependant, avec l'infrastructure de bases déjà en place, la nature des besoins des pays membres en voie de développement change petit à petit. Par conséquent, la Banque tient de plus en plus compte de ces changements lorsqu'elle apporte de l'aide au secteur public. Un certain nombre de nouvelles priorités du programme de prêts de la BAsD reflètent ces besoins :

- l'infrastructure sociale, en particulier dans les secteurs de la santé et de l'éducation, doit être élargie;
- l'amélioration du niveau de vie des groupes sociaux les plus démunis, en particulier les femmes, qui devraient profiter davantage des possibilités et des ressources du développement en Asie;
- la protection de l'environnement en intégrant des aspects reposant sur l'environnement dans le programme de prêt de la Banque;
- l'appui du secteur privé. La Banque jouera un plus grand rôle dans l'aide à la promotion du secteur privé, directement et indirectement, dans les pays dont le gouvernement en exprime le souhait.

Royaume-Uni de 3,9 % et celle des États-Unis de 8,09 %.

En 1989, les entreprises canadiennes

Appui des missions canadiennes à l'étranger

(Suite de la page 7.)

technique (des contrats de services d'experts-conseils fournis par des entreprises et des particuliers) d'une valeur de 3,15 millions de dollars US, ce qui représente 5,6 % de la valeur des contrats d'aide technique accordés par la BASD en 1989. Ainsi, le Canada a occupé, pour l'année, la 7^e place après l'Australie, la France, la Nouvelle-Zélande, les Philippines, le Royaume-Uni et les États-Unis.

Le rôle des missions canadiennes à l'étranger : soutenir les initiatives de fourniture du Canada

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a, en permanence, un délégué commercial dans la plupart des pays admissibles à l'aide de la Banque asiatique de développement. En ce qui concerne des pays tels le Népal, où aucun délégué commercial canadien n'est présent, le service est fourni à partir des missions voisines dans la région.

Sur demande, ces missions peuvent informer les fournisseurs de matériel, les entrepreneurs en construction et les experts-conseils canadiens des projets, les renseigner sur ceux-ci et organiser des rencontres avec des cadres pertinents de la BASD et des organismes chargés d'exécuter les projets respectifs à l'intérieur des pays emprunteurs. Lorsqu'il est conseillé d'établir des entreprises conjointes ou des associations avec des sociétés étrangères ou du pays pour des appels d'offres précis, les missions peuvent fournir des suggestions sur des firmes à contacter.

A l'ambassade du Canada à Manille, le Bureau de liaison avec la BASD est particulièrement bien situé pour fournir, au moment voulu, des renseignements sur les projets et pour identifier les agents importants au sein de la Banque, chargés de chacun des projets. En outre, il fournit régulièrement des informations sur les projets à AECEC. Celles-ci sont ensuite transmises à l'ensemble de l'industrie canadienne. Dans la mesure du possible, la mission essaie aussi d'informer directement les entreprises canadiennes des projets imminents.

A l'ambassade, le Bureau de liaison avec la BASD a efficacement aidé, au cours des années, les experts-conseils

canadiens à dresser des listes d'entreprises sélectionnées par la BASD. A cette fin, il a fourni des conseils généraux lors de la rédaction de lettres d'intention et de renseignements détaillés sur les mandats précis, de sorte que les lettres d'intention puissent être adaptées avec soin à chaque projet. La mission peut aussi appuyer ces initiatives directement auprès des agents organiques de la BASD. Toutefois, lorsqu'une société est sélectionnée, rien ne laisse supposer que la « pression » exercée de façon continue par l'ambassade soit efficace. D'ailleurs, on pourrait considérer cela comme de l'ingérence de la part des agents de projets, ce qui pourrait produire des résultats qui vont à l'encontre du but recherché.

Pour aider le Bureau de liaison avec la BASD à s'acquitter des fonctions décri-

tes ci-dessus, il est très utile que les sociétés qui s'intéressent aux projets d'aide technique de la BASD envoient à l'ambassade une copie des lettres adressées à la Banque.

Les fournisseurs de matériel canadiens ont acquis une assez bonne réputation en ce qui a trait aux projets de la BASD après avoir été choisis au préalable par les organismes chargés de l'exécution des projets. Malheureusement, un nombre relativement petit d'entreprises surmontent cet obstacle; aussi, notre réputation générale dans le domaine de l'approvisionnement auprès de la Banque est mauvaise. Cela reflète grandement le nombre insuffisant de fabricants et d'entreprises de construction et d'emballage canadiens établis sur les marchés asiatiques en voie de développement.

Première assemblée du Conseil des gouverneurs de la BASD au Canada

L'assemblée générale du Conseil des gouverneurs de la Banque asiatique de développement (BASD) de 1991 se tiendra, pour la première fois en Amérique du Nord. Elle aura lieu à Vancouver.

Le Canada accueillera, du 24 au 26 avril, cette assemblée de plus de 1 500 cadres supérieurs du monde de la planification et des finances, qui oeuvrent tous au sein du développement de l'Asie.

En outre, l'assemblée sera précédée, pour la première fois, par une série de colloques de deux jours (22-23 avril), qui fourniront un forum pour la discussion des principaux problèmes financiers et de développement qu'il faudra résoudre au cours de la prochaine décennie.

Le thème du colloque est "Le développement en Asie - un partenariat mondial". Les sujets mettront, de plusieurs points de vue, l'accent sur le secteur privé en ce qui a trait au travail de développement.

Les conférenciers et les animateurs viendront de pays asiatiques et européens, et nord-américains, dont des ministres et d'autres cadres gouvernementaux, des représentants de banques internationales, des cadres supérieurs de grandes entreprises et des représentants d'organismes internationaux.

Le colloque, qui comporte une gamme plus vaste de participants que l'assemblée de la BASD, est parrainé par le secteur privé et les gouvernements du Canada et de la C.-B. Ce sera une occasion pour les gens d'affaires qui s'intéressent au développement économique de l'Asie et, en particulier, aux activités de la BASD, de se rencontrer. Il permettra aussi aux entreprises canadiennes de montrer leurs capacités à leurs homologues et aux visiteurs étrangers.

On prévoit que quelque 600 personnes participeront au colloque, dont des participants des pays membres en voie de développement parrainés par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et par d'autres organismes. Les autres participants seront notamment des représentants d'organismes de développement, de groupes d'aide et des universitaires.

Pour obtenir des détails supplémentaires, communiquer avec la Asian Development Business Seminar Society. Tél. : (604) 663-1991. Télécopieur : (604) 663-3423. Adresse : 730-999, Canada Place, Vancouver (C.-B.) V6C 3E1.

Contrats accordés par la BASD à des entreprises et à des organismes canadiens

Au cours de l'année 1990, plusieurs experts-conseils et fournisseurs canadiens ont remporté des contrats financés par la BASD. Parmi ceux-ci, la société de Colombie-Britannique **TM Thompson**, qui a obtenu un contrat d'assistance technique de 550 000 \$ US de la BASD en vue d'effectuer une étude sur le développement de cultures de plantation dans des régions de bassins d'alimentation importantes en Indonésie; et la société **Westronic Inc.**, d'Alberta, qui a remporté un contrat de 400 000 \$ US pour fournir des terminaux à distance SCADA aux Philippines.

Autres soumissionnaires couronnés de succès :

- **L'Institut de développement international et de coopération**, d'Ontario, a remporté un contrat de 47 000 \$ US pour des bourses d'enseignement aux Philippines, et divers contrats d'une valeur totale de 31 000 \$ US ont été accordés à des experts-conseils canadiens dynamiques dans ce domaine;
- **Chanrasoma/Fisheries and Oceans**, de Nouvelle-Écosse, a obtenu un contrat de 20 000 \$ US pour fournir de la formation dans le domaine de la recherche sur la nutrition des poissons au Sri Lanka;
- **Agrodev**, de l'Ontario, a remporté un contrat d'assistance technique de 900 000 \$ US pour la gestion et le développement des pêches et des ressources côtières à Papua, Nouvelle Guinée;
- La firme québécoise **Bureau d'études JPL** a obtenu un contrat d'assistance technique de 30 000 \$ US pour entreprendre une étude sectorielle de l'enseignement secondaire au Bangladesh;

- un autre contrat d'aide technique de la BASD a été accordé à un expert-conseil indépendant, **Michael Murphy**, en vue de fournir un soutien institutionnel au deuxième projet de développement forestier au Laos;
- la BASD a accordé des contrats relatifs

\$ US pour effectuer une étude sur le secteur des micro-entreprises aux Philippines;

- la société albertaine **ND Lea International** a remporté un contrat de consultation de 521 000 \$ US pour l'exécution d'un projet de route en Indonésie;
- des sociétés ontariennes qui ont obtenu des contrats au Bangladesh sont notamment **Scintrex**, qui a remporté un contrat de 26 000 \$

US pour fournir des magnétomètres, **Renfrew Tape** pour la fourniture d'enrobage de tuyaux d'une valeur de 15 000 \$ US, et **Bailey Controls** pour la fourniture de pièces de rechange d'une valeur de 13 000 \$ US à l'usine d'engrais de Chittagong;

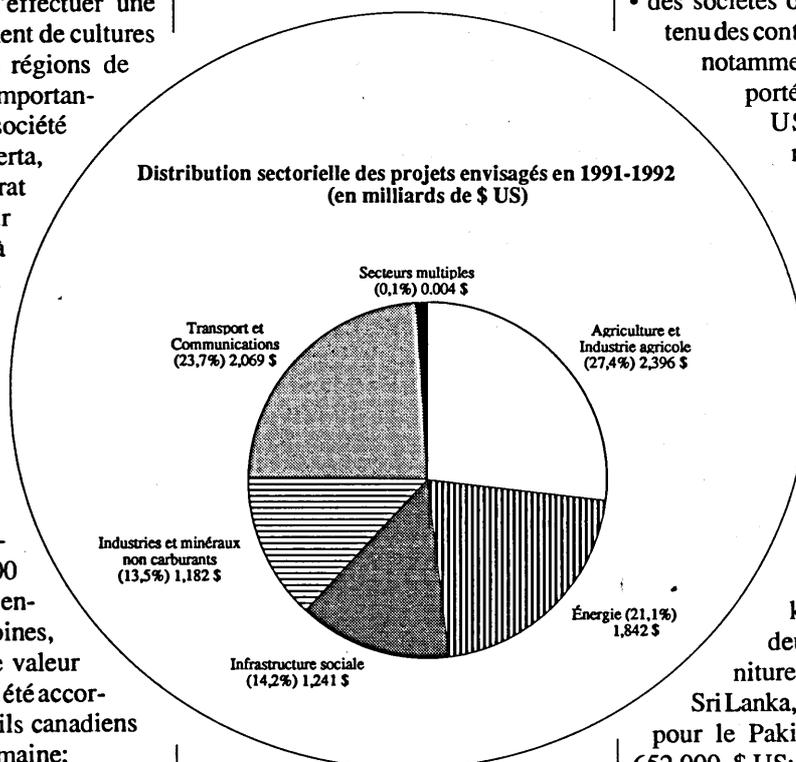
- la société **Canpotex**, de Saskatchewan, a obtenu deux contrats pour la fourniture d'engrais : un pour le Sri Lanka, de 341 000 \$ US, l'autre pour le Pakistan, d'une valeur de 652 000 \$ US;

- la firme ontarienne **William Perrin Inc.** a remporté un contrat de 16 000 \$ US pour la fourniture de machines de filtres presses aux Philippines;

- la firme montréalaise **Lavalin International** a obtenu un contrat de 9 millions de dollars pour fournir des services de conseil dans le domaine de la science marine en Indonésie; et

- **Reid Collins and Associates**, de Colombie-Britannique, a remporté un contrat d'assistance technique de 1,5 million de dollars qui vise l'établissement d'un plan directeur pour le secteur forestier au Pakistan.

Distribution sectorielle des projets envisagés en 1991-1992 (en milliards de \$ US)



à des projets au Pakistan à plusieurs sociétés de l'Alberta, notamment la **M/STop-Co Industries** qui a remporté un contrat de 43 000 \$ US pour fournir des pièces de coffrage de puits, et un autre contrat de 176 000 \$ US pour la fourniture d'accessoires de coffrage de développement dans le secteur du gaz;

- la société **AV Energy** a vendu du matériel de mesure de pétrole et de gaz d'une valeur de 36 000 \$ US et **Cardium Tool Services** a remporté un contrat de 66 000 \$ US pour la fourniture de suspensions de colonnes perdues pour le développement du gaz;
- **The Toronto Group of Canada** (Ontario) a obtenu un contrat de 41 000

La Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisation d'AECEC

La réputation du Canada en matière d'acquisition pour des projets financés par les Institutions financières internationales (IFI) s'est améliorée au cours des dernières années. Les exportateurs canadiens connaissent donc un succès relativement élevé, en termes de contrats qu'ils décrochent comparativement aux contrats sur lesquels ils soumettent une offre.

Mais ils pourraient faire encore bien mieux car il existe des possibilités importantes d'augmentation du taux de réussite.

Les exportateurs canadiens qui souhaitent explorer des débouchés commerciaux multilatéraux financés par les IFI peuvent communiquer, à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, avec la Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisation (TPF).

Par l'entremise de TPF, les exportateurs canadiens et les associations commerciales peuvent avoir accès à des données sur le marché (Scan-a-bid) qui leur permettront de mieux comprendre leurs concurrents, et qui leur permettront de déterminer s'il vaut la peine d'envisager des débouchés sur un marché financé par les IFI. On peut obtenir des renseignements et des conseils sur les programmes d'aide du gouvernement du Canada et sur des méthodes

d'élaboration de stratégies efficaces de commercialisation des exportations.

Cette direction est le point central des Bureaux canadiens de liaison avec les Institutions financières internationales (OLIFI) qui font la promotion des intérêts commerciaux du secteur privé et du gouvernement du Canada.

Ces bureaux sont situés dans les missions canadiennes des villes suivantes :

- Washington (D.C.) (vise la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement (BID);
- Manille, Philippines (vise la Banque asiatique de développement);
- Abidjan, Côte d'Ivoire (vise la Banque africaine de développement);
- Bridgetown, Barbades (vise la Banque de développement des Caraïbes); et
- New York (N.Y.) (vise les organismes des Nations Unies).

Compte tenu que la Banque européenne pour la reconstruction et le développement doit commencer à offrir des services en avril de cette année, on envisage la possibilité d'ouvrir un OLIFI au haut-commissariat du Canada à Londres.

Outre les services reliés aux débouchés des IFI, TPF suit de près le financement des exportations et les marchés internationaux des projets d'immobilisation. La Direction assure la liaison avec la Société pour l'expansion des exportations, la Corporation

commerciale canadienne et l'Agence canadienne de développement international.

La Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisation (TPF) est au service des exportateurs canadiens.

On peut obtenir auprès de TPF la révision n° 8 des *Données sur le financement international : Guide sur le financement des exportations et autres formes d'aide financière* ainsi que des brochures et des formules d'inscription pour les IFI.

Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisation (TPF), Affaires extérieures et commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7251. Télécopieur : (613) 943-1100.

Les agents à TPF

Roger Ferland, Directeur
Léo R. Leduc, Directeur adjoint, Projets d'immobilisation;
V. Rusedski, Délégué commercial, Institutions financières internationales;
Marie-Lucie Morin, Directrice adjointe, Financement des exportations;
Roger Beare, Délégué commercial, Financement des exportations et investissement;
Donald MacLeod, Délégué commercial, Financement des exportations.

BASD : Contrats obtenus par le Canada										
(Millions de \$ US)										
Source : AsDB: Loan and Technical Statistics Yearbook 1989 (March 1990)	1985		1986		1987		1988		1989	
	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%
Biens, services connexes et travaux publics	2,153	0,25	3,083	0,30	8,407	0,62	2,349	0,13	8,475	0,42
Services de consultation	2,152	4,06	1,753	2,31	6,927	12,19	3,798	4,32	0,511	0,75
Total	4,305	0,46	4,836	0,44	15,334	1,09	6,147	0,32	8,986	0,43

L'Union économique et monétaire européenne : d'importantes répercussions éventuelles pour le Canada

L'Union économique et monétaire (UEM) européenne est susceptible d'avoir des répercussions importantes sur le Canada à l'échelle internationale car la Communauté européenne (CE) adopte une position de plus en plus homogène sur les questions touchant l'économie mondiale.

Cette présence européenne plus importante représente un défi pour le Canada et exigera une présence canadienne plus dynamique et active dans les établissements et les forums financiers internationaux, tels que les pays du Groupe des Sept.

Il est difficile de prévoir les incidences économiques de l'UEM sur le Canada. Elles seront différentes selon que l'UEM entraîne une augmentation du commerce à l'échelle mondiale ou seulement au sein de la CE. On s'attend à ce que les répercussions macro-économiques soient faibles mais positives.

Ce sont là les conclusions du rapport interministériel intitulé *Europe 1992- Les implications économiques et politiques de l'union économique et monétaire européen pour le Canada*, distribué lors de la conférence « Europe in Transition », qui s'est tenue à Toronto le 15 janvier.

Le Système monétaire européen et le programme Delors

Le Système monétaire européen (SME) a été créé en vue d'établir une stabilité accrue du taux de change entre les monnaies de la Communauté. A cette fin, il utilise les trois instruments suivants : un système de taux de change fixes mais adaptables, le mécanisme des taux de change, l'unité de compte européenne (ECU) et plusieurs facilités de crédit.

Le président de la Commission européenne, M. Jacques Delors, a présidé un comité qui a proposé un programme en trois étapes dans le but de modifier le SME et de s'orienter vers l'union monétaire. Son programme comporte les objectifs suivants :

- la convertibilité complète de toutes les monnaies;

- la libéralisation complète des marchés financiers et l'intégration entière des marchés des capitaux; et
- la fixation irrévocable des taux de change.

Le Comité Delors a aussi suggéré que, bien que cela ne soit pas nécessaire, il est préférable d'adopter une monnaie européenne unique.

Il a proposé trois étapes pour atteindre ces objectifs :

- 1) La première étape, qui a commencé le 1^{er} juillet 1990, comprend l'élimination presque entière des contrôles de capitaux dans la Communauté, la coordination plus étroite des politiques macroéconomiques entre les États membres et la participation éventuelle de tous les États membres au mécanisme des taux de change;
- 2) La deuxième étape, qui doit commencer le 1^{er} janvier 1994, comporte la création d'un système européen de banques centrales (SEBC).
- 3) La troisième étape, au cours de laquelle les taux de change seront irrévocablement fixés (la date du début de cette étape sera établie avant la fin de 1996), dépend de la réalisation d'un degré suffisant de convergence économique entre les douze économies de la Communauté.

Les détails du programme Delors sont élaborés dans le cadre d'une conférence intergouvernementale qui se tient depuis décembre 1990 et qui se poursuivra au moins jusqu'à la fin de 1991.

Lors de la réunion, en mars 1990, des ministres des Finances et des gouverneurs des banques centrales des États membres de la CE, on a convenu que le nouveau SEBC devrait adopter une politique monétaire sans contrôle politique. Toutefois, aucune décision n'a été prise relativement à la demande présentée par l'Allemagne et les Pays-bas, voulant que les banques centrales nationales soient également indépendantes de leur gouvernement.

Depuis le début de la conférence intergouvernementale, il est devenu clair qu'il existe certaines différences d'opinion en ce qui a trait aux avantages de

l'UEM et à la mesure dans laquelle le SEBC ne sera pas soumis à une influence politique.

Les incidences de l'UEM sur la Communauté européenne

Les répercussions économiques de l'UEM sur la CE devraient avoir les deux influences principales suivantes :

Le passage progressif à une monnaie commune devrait réduire l'incertitude et les coûts des transactions; cela devrait aussi avoir des incidences avantageuses sur le plan du revenu et du bien-être. La Commission européenne estime que les économies d'échelle réalisées uniquement par la réduction des coûts de manipulation de plusieurs monnaies sont de l'ordre de 15 milliards d'ECU pour ce qui est du commerce à l'intérieur de la CE seulement.

Si l'engagement du SEBC en ce qui concerne le maintien de la stabilité des prix et de la discipline fiscale était maintenu, des avantages économiques devraient aussi découler de la mise en oeuvre de politiques monétaires et fiscales anti-inflationnistes ainsi que de l'accroissement de la stabilité macroéconomique.

Par contre, des coûts éventuels découleront de l'adaptation plus difficile aux chocs économiques. Cependant, à long terme, la combinaison de l'UEM et de l'initiative du marché unique devrait permettre une adaptation plus facile en raison de l'augmentation de la mobilité des facteurs de production et du degré d'intégration économique.

Incidences de l'UEM sur le Canada

Dans la mesure où l'UEM entraînera une meilleure efficacité et une production accrue en Europe, on peut aussi prévoir une augmentation du commerce international. C'est sur le plan commercial que les répercussions économiques de l'UEM sur le Canada seront les plus importantes.

Du point de vue du Canada comme consommateur, une meilleure effica-

(Voir page 12: Europe.)

Bolivie : une nouvelle loi pour attirer les investissements étrangers

La nouvelle loi relative aux investissements, approuvée il y a quelques mois par le gouvernement bolivien, représente une étape importante dans le processus des réformes structurelles et de libéralisation.

Elle signifie aussi que les investissements étrangers et nationaux sont placés sur un pied d'égalité dans le but d'attirer les investissements étrangers pour aider le pays à hausser le taux de croissance de son Produit national brut.

Parmi les nombreux articles de la nouvelle loi, les articles suivants pourraient intéresser les investisseurs et les exportateurs canadiens :

- Les investisseurs étrangers sont reconnus comme ayant les mêmes droits, obligations et garanties que les investisseurs locaux;
- Les entreprises conjointes entre les sociétés locales et étrangères sont spécialement reconnues;
- Les garanties des investissements étrangers seront appuyées par des instruments bilatéraux ou multilatéraux que la Bolivie a approuvés ou est susceptible d'approuver de concert avec d'autres pays ou organisations internationales;
- Le marché libre des devises est garanti;
- L'investissement privé ne nécessite ni une autorisation préalable ni un enregistrement supplémentaire; Et
- La liberté d'importer et d'exporter des produits et des services — à l'exception de ceux qui sont considérés comme portant atteinte à la santé publique ou à la sécurité de l'État — est garantie.

On prévoit que deux autres lois, qui visent à moderniser la Bolivie et à attirer davantage les investissements étrangers, seront bientôt adoptées. Elles portent sur un code minier révisé et une loi révisée sur les hydrocarbures. On traitera de ces deux lois lorsqu'on recevra des renseignements à leur sujet.

Pour plus de renseignements sur cet aspect de la loi sur les investissements ou pour obtenir plus de détails sur les possibilités commerciales en Bolivie, communiquer avec Georges Lemieux, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud (LST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 996-0677.

Nouvelles lignes de crédit de la SEE

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a attribué une ligne de crédit de 15 millions de dollars US, valable pour deux ans, à la Banque centrale de Trinidad et Tobago. Cette nouvelle facilité de paiement permettra aux acheteurs de produits canadiens dans ce pays de financer jusqu'à 85 % du prix de vente de leurs importations.

La SEE et l'Agence canadienne de développement international (ACDI) ont établi conjointement une facilité de paiement de 14 millions de dollars US pour Oil India Limited, une société d'État dans le domaine de l'exploration, la récupération et le transport du pétrole. En vertu de cette facilité, la SEE financera 62 % du prix de vente des produits et des services tandis que l'ACDI assumera le reste au moyen

d'une contribution au gouvernement de l'Inde.

La SEE a établi des mécanismes de crédit avec plusieurs banques du Mexique. La Société d'État a récemment doublé sa ligne de crédit de 15 millions de dollars US avec la Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. et a renouvelé, pour deux ans, quatre lignes de crédit en place, dont deux de 10 millions de dollars chacune avec la Banco Nacional de Mexico, S.N.C., et la Banca Serfin S.N.C. et deux de 5 millions de dollars chacune avec la Multibanco Comermex, S.N.C. et la Banco Internacional S.N.C. Par ailleurs, une marge de crédit de 5 millions de dollars US a aussi été établie avec la Banco del Atlantico S.N.C.

Europe — (Suite de la page 11.)

citée en Europe pourrait entraîner une diminution des prix à l'importation. Par contre, si l'intégration européenne accrue encourageait les Européens à préférer des fournisseurs et des marchés européens, le commerce du Canada avec la CE pourrait être réduit par l'UEM.

La création d'une monnaie unique de la CE pourrait aussi toucher l'accès du Canada aux marchés financiers internationaux dans la mesure où les portefeuilles se réorienteront vers un nombre plus grand de titres libellés en ECU au lieu d'acheter des titres libellés en dollars canadiens.

Il faudra surveiller de près les incidences politiques et économiques de l'UEM en vue de déterminer leur ampleur et de veiller à ce que le Canada fasse connaître dynamiquement ses intérêts à Bruxelles et aux pays du Groupe des Sept.

Pour plus de renseignements sur l'Europe de 1992 et l'UEM, consulter le rapport *Europe 1992-Les implications économiques et politiques de l'union économique et monétaire européen pour le Canada*, que l'on peut se procurer auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 16).

Pour plus d'informations sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne (REM). Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

Numéros à noter

Le nouveau numéro de télécopieur du haut-commissariat du Canada à Colombo, Sri Lanka, est le (94-1) 687049.

Voici les coordonnées provisoires du nouveau consulat général du Canada à Kiev, URSS : a/s Hôtel Zhowtneva, chambre 808, corpus 1, 5, rue Rosa Luxembourg, Kiev 22, 252021, URSS. Tél. : 011-7-044-291-8978 (bureau); 011-7-044-291-8858 (Nestor Gayowsky, consul général); 011-7-044-291-8903 (Ron Waugh, administration). Télex : 131479 UYUT-SU. Télécopieur : 044-291-54-68.

Le salon du matériel agricole de la Saskatchewan prévoit engendrer des exportations de 50 millions de dollars

Regina — Plus de 500 exposants du monde entier participent chaque année à ce que l'on reconnaît à l'échelle internationale comme étant le plus grand salon de technologie d'exploitation agricole dans les régions semi-arides du monde.

C'est le Western Canada Farm Progress Show qui se tient dans cette ville de la Saskatchewan du 19 au 22 juin 1991.

Et, comme on prévoit que cette année le salon obtiendra autant de succès qu'en 1989 (les résultats viennent d'être calculés), les exposants canadiens peuvent s'attendre à réaliser des ventes à l'exportation d'au moins 50 millions de dollars.

Depuis sa création en 1978, le Farm Progress Show, qui fournit un milieu spécial qui favorise la réalisation de ventes à l'exportation et le processus de nomination d'agents, est un « centre d'achat » de haute technologie, de matériel et de savoir-faire relatifs à l'exploitation agricole dans les régions arides.

Presque tous les produits reliés à l'industrie sont exposés : des dépiereuses aux outils et aux services, en passant par les cultivateurs à tringles, aux cultivateurs lourds, aux tracteurs, aux moissonneuses-batteuses et au matériel agricole.

En 1990, le salon a connu la participation la plus grande (184 délégués internationaux) à son Centre du commerce international (CCI) — une aire centralisée qui fournit des services complets pour favoriser les possibilités d'exportation.

Entre autres, le CCI organise des séances de rencontre servant à l'échange de renseignements entre les délégués commerciaux et les fabricants internationaux, et il fournit des listes informatisées de fabricants et de leurs produits. L'année dernière, des délégués sont venus de pays aussi divers que l'Argentine, l'Australie, la Bulgarie, la Chine et l'Espagne.

Le Western Canada Farm Progress Show est soutenu par le gouvernement fédéral et les gouvernements de la Saskatchewan, de l'Alberta et du Manitoba.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Tom Rogers (tél. : 306-975-4365) ou avec Mme Laura Diaku (tél. : 306-975-4346) au Centre du commerce international, Industrie, Sciences et Technologie Canada, Saskatoon. Télécopieur : (306) 975-5334.

On peut aussi communiquer directement avec les organisateurs du salon à l'adresse suivante : Western Canada Farm Progress Show, P.O. Box 167, Exhibition Park, Regina, Saskatchewan S4P 2Z6. Tél. : (306) 781-9200. Télécopieur : (306) 565-3443.

Foires et salons en Algérie

Les entreprises canadiennes pourraient participer à des foires commerciales et à des expositions qui se tiendront en Algérie en 1991. Voici la liste obtenue service commercial de l'ambassade du Canada à Alger :

- La 27^e foire internationale d'Alger — du 5 au 15 juin;
- Le Salon international de l'électronique et de l'audio-visuel — du 1^{er} au 7 septembre; et
- Le Salon international de l'informatique, de la bureautique et de la communication — du 1^{er} au 7 octobre.

Pour tout renseignement, joindre le service commercial, ambassade du Canada, Alger (Algérie). Tél. : (011-213-2) 60.66.11. Télécopieur : (011-213-2) 60.59.20. Télex : (code de destination 408) 66043. Indicatif : (66043 CANAD DZ).

Ventes prévues au Salon de la construction de Paris

Paris — On recherche des sociétés canadiennes qui participeraient au pavillon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à Batimat '91 — l'une des principales expositions des industries de la construction au monde.

Ce sera la douzième fois que le Canada participe à cet événement qui se tiendra dans la capitale de la France du 12 au 19 novembre 1991. Ce salon comprend tous les types de construction d'immeubles, des composantes de logement structurelles et des accessoires de construction.

En 1989 (le salon a lieu tous les deux ans), 11 sociétés canadiennes ont exposé au pavillon du Canada. Au cours d'une période de 12 mois, elles ont réalisé des ventes de 10, 4 millions de dollars. Elles étaient parmi plus de 2 300 exposants venus de 42 pays.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur Batimat '91, communiquer avec M. Wesley S. Rathwell, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce et de l'investissement en Europe de l'Ouest (RWTF), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0893. Télécopieur : (613) 995-6319.

Centre d'info en Colombie-Britannique

Le Business Information Centre (Centre d'information aux entreprises) situé au centre de la Colombie-Britannique peut faciliter l'exportation.

Grâce à un réseau de commissions de développement économique, de centres d'information, de Chambres de commerce, d'agents gouvernementaux et d'agents de liaison de développement régional, le Vancouver Centre peut aider les entreprises dans tous les coins de la province.

Géré par la Trade Development Corporation et par le Ministry of Regional and Economic Development de la C.-B., le Business Information Centre a été reconnu comme un centre multi-services pour l'obtention de renseignements commerciaux.

Pour obtenir des détails sur les services offerts, communiquer avec le B.C. Business Information Centre, The Station, 601 West Cordova St., Vancouver. Tél. : 660-3900 ou 731-2239 (à l'intérieur du Grand Vancouver), ou 1-800-665-2239 (à l'extérieur du Lower Mainland).

Calendrier 1991-1992 des foires et missions aux États-Unis

Les États-Unis, notre premier partenaire commercial, absorbent environ 77 % de nos exportations.

L'une des façons les plus efficaces de pénétrer cet énorme marché, ou d'y élargir vos exportations, consiste à faire connaître vos produits et vos services à des foires et à des missions commerciales.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) prévoit participer à quelque 400 foires et autres activités commerciales aux États-Unis en 1991-1992.

Voici la suite (voir première partie dans numéro précédent) de la liste chronologique des événements prévus dans plusieurs secteurs industriels, répertoriés par ordre alphabétique.

Pour plus de renseignements sur les foires ou sur les modalités de participation, communiquer avec la Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), ou avec la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO). Tél. : (613)993-7343. Télécopieur : (613)990-9119. (DAD = Date à déterminer.)

Cadeaux et Artisanat

- Expositions canadiennes d'art, d'artisanat et d'articles de cadeaux — Pittsburgh, Minneapolis, Washington (DC) — Mai-octobre 1991.
- Missions NEXUS (Nouveaux exportateurs aux États américains du Sud) aux principales foires et régions acheteurs d'artisanat — Sud-ouest américain, Los Angeles, Atlanta — Mai 1991-mars 1992.
- Mission d'acheteurs de musées à la foire d'artisanat indien — Vancouver (C.-B.) — Juillet 1991.
- Mission d'acheteurs américains à la Foire d'artisanat des provinces atlantiques — Halifax (N.-É.) — Février 1992.

Défense : Programmes, Produits, Matériel et Services connexes

- Mission canadienne aux principaux entrepreneurs à Philadelphie — Septembre 1991.
- Mission de l'ASO (Aviation Supply Office) à la réunion de la Air Industries Association of Canada — Halifax (N.-É.) — Septembre 1991.
- Mission américaine du CECOM (Communications Electronics Command) — Canada — Septembre 1991.
- Mission de sociétés canadiennes de l'électro-optique au WRDC (Wright-Paterson Research Development Centre) — Dayton (Ohio) — Septembre 1991.
- Mission de sociétés canadiennes de matériel de simulation/formation — Orlando (Floride) — Septembre 1991.
- Mission américaine du NAC (Naval Avionics Centre) de Detroit (Michigan) à la réunion de l'Aerospace Industries Association of Canada (AIAC) — Halifax (N.-É.) — Septembre 1991.
- Mission canadienne aux centres logistiques de la U.S. Air Force dans la région de Dallas (Texas) — Octobre 1991.
- Mission de firmes canadiennes de l'électronique (défense) — Orlando (Floride) — Octobre 1991.
- Cold Weather '91 Show — Vêtements (militaires) de protection contre le froid — Washington (DC) —

Novembre 1991.

- Colloque de l'Army Aviation Systems Command CASL (Competition Advocacy Shopping List) — St. Louis (Missouri) — Novembre 1991.
- Mission américaine du SPCC (Ship Parts Control Centre) à la réunion de l'Association canadienne des industries maritimes — Montréal (PQ) — Février 1992.
- Mission de firmes canadiennes de l'électronique (défense) — Dallas (Texas) — Février 1992.
- Représentants canadiens à la réunion de l'AIAA (Air Industries Association of America) — El Segundo (Californie) — Février 1992.
- Mission canadienne à l'Army Aviation Systems Command — St. Louis (Missouri) — Février 1992.
- Mission de firmes canadiennes de l'aérospatiale militaire aux principaux entrepreneurs — San Francisco (Californie) — Mars 1992.
- SAS Show (Sea-Air-Space) — US Navy League — Washington (DC) — Mars 1992.
- Mission de firmes canadiennes de l'aérospatiale et de l'électronique à l'ASD (Aerospace Systems Division) — Wright-Paterson Air Force Base — Dayton (Ohio) — Mars 1992.

Électronique

- Mid West Electronics Show — Minneapolis (Minnesota) — Mai 1991.
- Electro 91 Show — New York (New York) — Mai 1991.
- Mission d'acheteurs canadiens à la région de San Francisco/Santa Clara — Californie — Septembre 1991.
- Northcon Show — Seattle (Washington) — Octobre 1991.

Environnement

- ETE '91 (Exposition sur la technologie environnementale) — Chicago (Illinois) — 8-11 avril 1991.
- Waste Expo '91 — Washington (DC) — 10-12 avril 1991.
- Mission sur les produits dangereux — Chicago (Illinois) — 15-17 avril 1991.
- HazMaCon '91 (Contrôle des produits dangereux) — San Francisco (Californie) — 16-18 avril 1991.
- Mission sur l'assainissement du port de Boston — Boston (Massachusetts) — 15-16 mai 1991.
- Mission sur les technologies de recyclage — Chicago (Illinois) — 4-6 juin 1991.
- HazMat (Hazardous Materials) International — Atlantic City (New Jersey) — 12-14 juin 1991.
- Air & Waste Management Association — Vancouver (C.-B.) — 16-21 juin 1991.
- AWWA '91 (American Water Works Association) — Philadelphie (Pennsylvanie) — 23-27 juin 1991.
- Atelier du ministère de la Défense américain sur l'assainissement des sites (Sites Remediation Workshop) — Washington (DC) — 10-11 juillet 1991.
- Government Refuse Collection/Disposal Association Show — Cincinnati (Ohio) — 12-15 août 1991.
- Mission sur la pollution des eaux en Californie du Nord — San Francisco (Californie) — 1^{er}-2 septembre 1991.
- Atelier et colloque sur l'environnement — Boston (Massachusetts) — 12-13 septembre 1991.

- Mission sur la qualité de l'air — Pittsburgh (Pennsylvanie) — 23-26 septembre 1991.
- Atelier et colloque sur les stratégies de marché de l'environnement — Winnipeg (MAN) — 2-3 octobre 1991.
- Mission NEXUS (Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud) sur le matériel environnemental — Atlanta (Georgie) — 2-3 octobre 1991.
- Foire de la Fédération pour le contrôle de la pollution des eaux (Water Pollution Control Federation) — Toronto (ON) — 6-10 octobre 1991.
- Mission sur les produits dangereux à Washington (DC) — 1^{er}-3 novembre 1991.
- HazMat (Hazardous Material) West Show — Long Beach (Californie) — 6-9 novembre 1991.
- Atelier sur le commerce et la technologie — Pittsburgh (Pennsylvanie) — 20-21 novembre 1991.
- PetroSafe '92 Show — Houston (Texas) — 8-10 février 1992.
- Forum et exposition conjoints Canada-É.U. sur la technologie environnementale — Miami (Floride) — 26-27 février 1992.
- Mission à GLOBE '92 — Vancouver (C.-B.) — 12-16 mars 1992.

Fruits de mer, Poissons et Crustacés

- Colloques et ateliers sur les espèces sous-utilisées — Boston (Massachusetts) — Mai/Juillet/Septembre 1991.
- Mission d'acheteurs américains de la Georgie, de la Floride et du Tennessee — Québec et Nouveau Brunswick — Juin 1991.
- Mission d'acheteurs américains de la Floride, du Tennessee et de la Georgie — Provinces atlantiques du Canada — Juillet/Août 1991.
- Mission à la région de Washington pour familiariser les transformateurs maritimes des produits de la pêche avec le Centre de distribution — Washington (DC) — Septembre 1991.
- Solo Seafood Show — Atlanta (Georgie) — Novembre 1991.
- Anaheim Seafare Southwest Show — Anaheim (Californie) — Mars 1992.

Industrie forestière — Matériel et Services

- Loggers Congress Equipment Expo Northeast — Syracuse (New York) — 17-18 mai 1991.
- Exposition de machines et de matériel pour les produits de la forêt — Nouvelle-Orléans (Louisiane) — 6-8 juin 1991.
- Forest Industries 1992 Machinery Show — Portland (Oregon) — 25-27 mars 1992.

Marchés publics — Matériel non-militaire

- Federal Computer Conference — West Anaheim (Californie) — Avril 1991.
- Veterans' Admin. Medical Technology — Chicago (Illinois) — Avril 1991.
- Technical/Business Expo — Huntsville (Alabama) — Mai 1991.
- Mission à la General Services Administration sur les articles de sport — Dallas (Texas) — Juillet 1991.
- FedMicro Show — Washington (DC) — Août 1991.
- Conférence du gouvernement fédéral américain sur les

ordinateurs — Washington (DC) — Septembre 1991.

- Mission à la FAA — Washington (DC) — Novembre 1991.
- GSA/Mission sur la lutte contre les incendies — Ft. Worth (Texas) — Décembre 1991.
- Colloque sur le partenariat stratégique — Ottawa (ON) — Janvier 1992.
- ComNet'92 — Washington (DC) — Février 1992.
- Federal Office Systems Expo — Washington (DC) — Mars 1992.

Matériel de Chauffage, de Réfrigération commerciale et d'Air Climatisation

- Air Conditioning, Heating Refrigeration Expo (ASHRAE) — Anaheim (Californie) — Janvier 1992.

Matériel de Manipulation et de Transformation Alimentaire

- Mission d'acheteurs américains à HOSTEX '91 — Toronto (ON) — 21-24 avril 1991.
- Food Marketing Institute — Chicago (Illinois) — 5-8 mai 1991.
- National Restaurant Association Show — Chicago (Illinois) — 19-23 mai 1991.
- Florida Restaurant Association — Orlando (Floride) — 23-25 août 1991.
- Michigan and Great Lakes Food Service Show — Lansing (Michigan) — 13-14 octobre 1991.
- International Hotel, Motel and Restaurant Show — New York (New York) — 9-12 novembre 1991.

Matériel et Services Médicaux

- Mid-Atlantic Health Care Show — Atlantic City — Mai 1991.
- American Hospital Association — Anaheim (Californie) — 29-31 juillet 1991.
- Mission au US Veterans Affairs Marketing Centre — Hines (Illinois) — 28-30 novembre 1991.
- National Home Health Care — Atlanta (Georgie) — Novembre 1991.

Mobilier

- Solo Show — Mobilier de bureau — Washington (DC) — 23-24 mai 1991.
- Mission d'acheteurs américains à la Foire résidentielle de Montréal — Montréal (PQ) — 16-18 juin 1991.
- Solo Show — Mobilier de bureau — San Francisco (Californie) — 25 septembre 1991.
- Mission d'acheteurs américains à l'IIDEX Office/Contract Show — Toronto (ON) — 21-23 novembre 1991.
- Mission d'acheteurs américains au Toronto Residential Show — Toronto (ON) — 12-15 janvier 1992.
- Solo Show — Mobilier résidentiel, conception — Floride — DAD.
- Solo Show — Mobilier de bureau et résidentiel — Dallas (Texas) — DAD.
- Solo Show — Mobilier institutionnel/médical — Minneapolis (Minnesota) — DAD.
- Missions NEXUS aux grands magasins situés dans des régions à forte croissance éventuelle — Californie/Atlanta (Georgie) — DAD.

(La suite au prochain numéro.)

AU CALENDRIER

Montréal — 9-10 avril — Exposition Sous-traitants IV. Ce salon spécial fournit aux sous-traitants canadiens une occasion unique de faire connaître leurs produits à des sous-traitants américains et canadiens sélectionnés, oeuvrant dans les industries de l'aérospatiale, de l'électronique et de la défense. Communiquer avec Mme Rose Bechamp, coordinateur du projet, Direction de la défense internationale, de l'aérospatiale et de la marine (TDA), AECEC. Tél. : (613) 992-0746. Télécopieur : (613) 996-9265.

Toronto — 11-12 avril — Understanding Letters of Credit. Ce cours vise à familiariser les participants avec les crédits documentaires, comment et pourquoi s'en servir. Les divers documents exigés lors des transactions internationales seront aussi revus. Organisé par l'Association des manufacturiers canadiens (AMC). Les frais de participation sont de 686 \$ (485 \$ pour les membres de l'AMC). Communiquer avec Mme Cheryl Hendrickse. Tél. : (416) 363-7261. Télécopieur : (416) 363-3779.

Saint John — 17 avril — Japan and New Brunswick : Trade Prospects in the Nineties. Cette conférence examinera, entre autres, les caractéristiques du commerce au Japon et les efforts commerciaux du Canada dans ce pays. Un groupe de discussion constitué de représentants du secteur privé fera le point sur les affaires au Japon. Organisé par le Canada-Japan Trade Council en collaboration avec le ministère du Commerce et de la Technologie du Nouveau-Brunswick. Communiquer avec M. Martin Thornell, Canada-Japan Trade Council, Ottawa. Tél. : (613) 233-4047. Télécopieur : (613) 233-2256.

Saskatoon — 18-20 avril — Index '91.

Cette exposition annuelle regroupera des exposants tant du secteur industriel que de l'éducation. Des colloques seront organisés sur des sujets tels : comment aller au-delà du marché de la Saskatchewan; les alliances stratégiques et le partenariat; et le franchisage, l'entreprise conjointe, le transfert de technologie et la loi. Pour plus de renseignements, communiquer avec M. William Dent, General Manager, Western Canadian Industry Exhibition Association Inc., Saskatoon. Tél. : (306) 652-3644. Télécopieur : (306) 653-7233.

St. John's — 23-24 avril — Seafood Outlook '91. Cette conférence internationale de commercialisation fournira aux participants une occasion de discuter de tendances, de marchés et de débouchés avec des acheteurs internationaux de fruits de mer, des délégués commerciaux provenant des missions canadiennes à l'étranger et des experts des secteurs public et privé. Les sujets à traiter comprendront l'Europe de 1992 et les fruits de mer; le développement de la technologie des pêches; et la morue sur le marché mondial. Communiquer avec M. Paul Rose, CCI, St. John's. Tél. : (709) 772-5511. Télécopieur : (709) 772-2373.

Vancouver — 24 avril; Calgary — 26 avril; Montréal — 30 avril; Toronto — 28 mai — Atelier : Parlons risques. Ateliers organisés par la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Pour participer (les frais sont de 75 \$), communiquer avec le bureau local de la SEE dans chaque ville : Vancouver, tél. : (604) 666-6234, télécopieur : (604) 666-9550; Calgary, tél. : (403) 294-0928, télécopieur : (403) 294-1133; Montréal, tél. : (514) 283-3013, télécopieur : (514) 878-9891; et Toronto, tél. : (416) 973-6211, télécopieur : (416) 862-1267.

Brandon — 10-11 mai — 60^e convention annuelle de la Chambre de commerce du Manitoba. Communiquer avec Mme Anne Doherty, CCI, Winnipeg. Tél. : (204) 942-2561. Télécopieur : (204) 942-2227.

Toronto — 3-5 juin — Fundamentals of Export Documentation and Foreign Collections. Ce cours vise à renseigner les cadres responsables du mouvement international de marchandises sur la documentation et les méthodes de paiement utilisées dans les transactions internationales. Organisé par l'Association des manufacturiers canadiens. Communiquer avec Mme Cheryl Hendrickse. Tél. : (416) 363-7261. Télécopieur : (416) 363-3779.

Publications

Publications d'AECEC

La publication suivante est disponible auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Vient de paraître

L'exportation de véhicules automobiles en Australie (#99CF) traite des demandes fréquentes de renseignements sur l'exportation de véhicules automobiles en Australie. Il examine les éléments clés dont il faut tenir compte lorsqu'on veut exporter des automobiles en Australie et couvre des sujets tels que les droits de douane, les taxes et les normes applicables aux véhicules automobiles importés en Australie. Préparé par la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), ce document est disponible auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°7

15 avril 1991

La Colombie : un marché de 188 millions de dollars

Avec un secteur privé très développé, animé de l'esprit d'entreprise, prêt à importer des produits et des services de fournisseurs canadiens, la Colombie occupe la quatrième place parmi les partenaires commerciaux du Canada en Amérique du Sud.

En 1990, l'ensemble du commerce bilatéral a dépassé 320 millions de dollars, les exportations canadiennes vers la Colombie excédant 188 millions de dollars, une augmentation de 15% par rapport à 1989.

Calendrier 1991-1992 : foires et missions aux É.-U.
Voir pages 6 - 7

La Colombie est un marché important pour les marchandises et les produits fabriqués au Canada. Les exportations canadiennes vers ce pays comprennent le papier journal, le blé, les légumes secs, les produits chimiques, les véhicules à moteur, les produits pétroliers, les matières premières, les moteurs électriques et le matériel de télécommunication.

Les réformes facilitent le commerce

Sur le plan de la politique économique, la Colombie en 1991 n'est plus le même pays qu'il y a un an.

Depuis la mise en oeuvre du programme d'ouverture économique "Apertura" en février 1990 dans le but d'internationaliser et de moderniser l'économie, une avalanche de mesures et de réformes institutionnelles à tous les niveaux a été mise en application.

Le succès du Canada sur le marché colombien devrait être facilité par ces réformes économiques.

La libéralisation du commerce a déjà entraîné l'élimination des exigences de licences d'importation pour ce qui concerne 93 % des articles et une réduction progressive des tarifs d'une moyenne actuelle de 21,1 % à 6,8 % d'ici septembre 1993.

Les exportations, les licences, les entreprises conjointes profiteront toutes du nouveau régime dont l'objectif est d'ouvrir l'industrie colombienne à la concurrence internationale.

On prévoit que les réformes entraîneront une croissance économique réelle de 6 % en cinq ans. L'optimisme et une forte confiance dans les politiques du gouvernement actuel sont répandus.

Étant donné que le statut de franchise de droits passera du niveau actuel de 7 % des importations à 32 %, on estime que la taxe consolidée moyenne (droit de douane et surtaxe) diminuera de 33,4 % à 14,6 % d'ici la fin du processus d'ouverture économique.

Les autres mesures comprennent l'élimination des exigences selon lesquelles 50 % des marchandises importées devaient être transportées par des

DANS CE NUMÉRO	
Les télécommunications au Mexique...	2
Bulletin É.-U., Libre-échange	4
Pleins feux sur la Turquie	5
Débouchés sportifs aux Pays-Bas.....	8
Études de marché sur le Japon.....	10
La Direction des Pêches d'AECEC ...	11

navires battant pavillon colombien.

En général, le programme "Apertura" permettra aux entreprises canadiennes de mener des activités en Colombie sur un pied presque d'égalité avec les sociétés locales et sans les obstacles au commerce qui existaient avant.

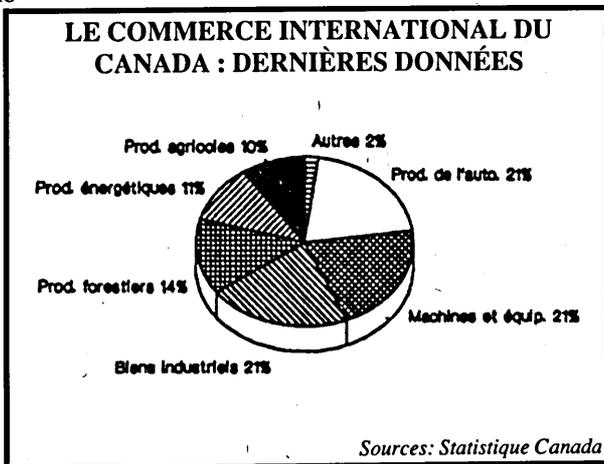
On conseille aux entreprises canadiennes de tirer parti de cette ouverture maintenant car l'"Apertura" créera de nouvelles possibilités commerciales dans des secteurs tels que le pétrole et le gaz, les télécommunications, l'électronique, le plastique, le matériel électrique et le transport.

Soutien financier

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a été la clé de voûte du succès du Canada sur le marché colombien. Le financement des projets par la SEE et les lignes de crédit ont soutenu les ventes canadiennes de matériel d'exploitation minière, d'aéronefs et de machines industrielles à une vaste gamme de clients des secteurs public et privé.

L'Agence canadienne de développement international (ACDI), par l'intermédiaire de son aide bilatérale au développement et de ses programmes de coopération industrielle, a joué aussi un rôle important dans le succès du Canada sur ce marché. Un certain nombre de pro-

(Voir page 2 : La Colombie.)



Les exportations canadiennes, par secteur: janvier 1991

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Les télécommunications mexicaines offrent d'importants débouchés aux fournisseurs canadiens

Telefonos de Mexico (TELMEX), l'entreprise nationale de téléphone récemment privatisée au Mexique, a annoncé qu'elle compte investir 7,2 milliards de dollars US au cours des trois prochaines années afin d'accélérer la modernisation du réseau de télécommunication au Mexique.

Près de 35 % des investissements prévus seront sous la forme d'achats de matériel et de services spécialisés auprès de fournisseurs étrangers. Le financement sera effectué par des banques ou des organismes de financement gouvernementaux.

Les objectifs principaux du programme d'investissement comprennent :

- l'installation de 2,3 millions de nouvelles lignes téléphoniques et de 100 000 téléphones publics ainsi que l'achat ou la construction de 13 600 kilomètres de réseaux en fibres optiques;
- l'extension des services cellulaires à 50 autres villes au Mexique, ce qui permettra d'offrir des services à 200 000 clients supplémentaires;
- la fourniture de services de téléphone rural à 8 000 nouvelles collectivités;
- le remplacement de 470 000 centrales

téléphoniques non numériques par du matériel numérique;

- l'ouverture de 33 nouveaux centres numériques comportant 1 400 postes d'opérateurs informatisés.

TELMEX créera un nouveau « Instituto Nacional de Capacitacion e Investigacion Telefonica » qui comptera 13 centres de formation partout au pays en vue d'améliorer les compétences techniques de plus de 125 000 employés d'entreprise. France Télécom et Southwest Bell aux États-Unis, les nouveaux partenaires de TELMEX, participeront à ce programme.

Le Canada est un fournisseur de longue date de matériel et de services téléphoniques au marché mexicain. Les entreprises canadiennes spécialisées dans les téléphones cellulaires, les systèmes ruraux, les produits de commutation et les services de formation sont déjà bien représentées sur le marché.

En 1990, les exportations de produits de télécommunication au Mexique ont dépassé 25 millions de dollars, une augmentation de 100 % par rapport à l'année précédente.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) organise une mission d'exportateurs canadiens à l'exposition de télécommunication COMEXPO qui aura lieu à Guadalajara (Mexique) du 3 au 5 septembre.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur COMEXPO, communiquer avec M. Paul Schutte, Direction de l'expansion du commerce dans les Antilles et en Amérique centrale - Foires et Missions (LCTF), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 996-0677. Tél. : (613) 996-5358.

Pour plus d'informations sur les possibilités dans le domaine des télécommunications au Mexique, communiquer avec M. Gil Rishchynski, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud et au Mexique (LST), AECEC. Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 996-0677.

Pour obtenir un exemplaire de l'étude intitulée : *Étude du marché du matériel et des systèmes de télécommunications au Mexique* (n° 30LF), communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

La Colombie — (Suite de la première page.)

jets clés et d'entreprises conjointes ont été soutenus dans le cadre de ces programmes.

C'est le moment pour les entreprises canadiennes de visiter la Colombie et d'établir des relations commerciales.

Pour de plus amples renseignements sur les possibilités commerciales en Colombie ou sur les répercussions des différentes réformes, communiquer avec M. Georges Lemieux, Direction de l'expansion du commerce en Amérique du Sud et au Mexique (LST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 996-0677.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamuré

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

La mise en pages et l'édition électronique de ce numéro est l'œuvre de Mlle Mary Morris, étudiante en journalisme au Collège Algonquin à Ottawa.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises énumérées avant de s'engager avec elles.

AUSTRALIE/NOUVELLE-ZÉLANDE — Un agent de fabricant possédant 10 ans d'expérience dans le développement et l'approvisionnement du marché de fourniture de **matériaux de construction** en Australie et en Nouvelle-Zélande en produits canadiens recherche des matériaux de construction supplémentaires fabriqués au Canada. Communiquer avec G.A. Eggert, GerAne Sales, 4694 Mountain Highway, North Vancouver, B.C. V7K 2K8. Tél. : (604) 986-4847. Télécopieur : (604) 986-8325.

BRÉSIL — Une entreprise de logiciels et de systèmes spécialisée dans les viaducs, les chemins de fer et les systèmes d'alerte rapide et industriels désire conclure un accord de coopération **technologique**, d'échange et d'investissement qui lui permettrait d'offrir ses services à l'étranger et d'acheter et d'adapter de nouvelles technologies destinées au marché brésilien. Communiquer avec Bill Denning, CPCS Technologies Ltd., 740, rue Notre-Dame Ouest, bureau 760, Montréal H3C 3X6. Tél. : (514) 876-1915. Télécopieur : (514) 875-1023. Télex : 055-60147. (CPCS Technologies Ltd., avec le soutien financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme de trois ans visant à encourager la conclusion d'accords de coopération industrielle entre des entreprises canadiennes et brésiliennes. Son client est la State Development Bank de l'État de Parana — BADEP).

GRANDE-BRETAGNE — Une filiale à part entière du Canada désire représenter, en Grande-Bretagne et en Europe, des fournisseurs canadiens d'acier, d'aluminium, de nickeline, d'autres alliages de cuivre, de pièces forgées en acier et de matériel pour des systèmes de transport urbain légers et rapides. Communiquer avec Peter Fraser ou Geoff Richey, H.J. Skelton (Canada) Ltd., 165, rue Oxford Est, London (Ont.) N6A 1T4. Tél. : (519) 679-9180. Télécopieur : (519)

679-0193. Télex : 064-7241.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise de conception et de fabrication assistées par ordinateur offre ses capacités de **ciselage, de production et d'ingénierie générale** à des fabricants ou des sous-traitants canadiens qui désirent utiliser ses services au Royaume-Uni. Communiquer avec M.D. Prajapati, Sales Director, Nisan Engineering, Tithe Street, Leicester, England LE5 4BN. Tél. : (0533)

HONGRIE — Une entreprise qui fabrique du matériel informatique, des câbles, des imprimantes, des ordinateurs individuels et des claviers recherche de la **technologie et des capitaux étrangers** pour améliorer sa production et son marketing. Communiquer (mentionner le numéro de référence 90.1.0023 VM) avec M. Virag,

tention de : M. George Constantinidis, président. Les travaux mécaniques seront effectués par Zangas, c/o Zaroubejneftegas Stroi, Ministry of Oil and Gas Construction, Zhitnaja Street 14, 117 970 Moscow, USSR. Télex : 411979 STYK SU, à l'attention de : M. Kopsishevsky. Les entreprises intéressées devraient communiquer avec le propriétaire du projet : DEPA (Public Petroleum Corporation), 207 Messoghion Ave., Neo Psychico, Athens 115 27, Greece. Tél. : 301-647-9505. Télex : 222792. Télécopieur : 64709504. On peut aussi contacter les entrepreneurs mentionnés ci-dessus.

SINGAPOUR — Des fruits et des légumes frais sont recherchés par C.H. Tan, Managing Director, Ban Choon Marketing Pte Ltd., Blk 21 #01-142, Pasir Panjang Wholesale Centre, Singapore 0511. Tél. : 777-7333.

Télécopieur : 777-1400.

SINGAPOUR — Une entreprise désire importer du papier torchon industriel et des rideaux à lanières en PVC. Communiquer avec Daniel Toon, Sales Manager, Wah Keng Trade & Industry Pte Ltd., No. 21 Cavan #03-00, Singapore 0820. Tél. : 298-6111. Télécopieur : 298-0202.

URSS — Des partenaires pour des entreprises conjointes sont recherchés pour un nombre de projets planifiés dans toutes les 15 républiques de l'Union soviétique. Les projets sont les suivants : la construction d'une usine pour la fabrication de seringues médicales jetables; la livraison et l'installation de matériel pour la fabrication de tuiles, de tuiles en céramique et d'appareils sanitaires; l'amélioration d'un hôtel Intourist à Baku, la capitale d'Azerbaïdjan; la construction d'un hôtel quatre étoiles pour les touristes étrangers; la modernisation de deux usines d'aluminium; la construction d'usines pour fabriquer des maisons préfabriquées; et la fabrication de matériel de télécommunications moderne. Communiquer avec Sevim Geraibeyli, President, Gerai International, P.O. Box 11076, Marina Del Rey 90295, California, U.S.A. Tél. : (213) 398-7428. Télécopieur : (213) 391-5676.

Débouchés commerciaux

INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorotya u 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-6396. Télécopieur : (361) 118-3732.

GRÈCE — Les entreprises canadiennes qui désirent fournir des biens et services au système de métro d'Athènes, d'une valeur d'un milliard de dollars, devant être construit par un important consortium dirigé par Siemens et Alstom, devraient communiquer avec le bureau du projet suivant: Olympic Consortium, c/o Siemens S.A., P.O. Box 61011, Maroussi, 151 10 Athens, Greece. A/S l'attention de : M. K. Kontas, Project Manager. Tél. : 301-686-4111. Télécopieur : 686-4299

GRÈCE — La construction d'un pipeline de gaz naturel de 36 pouces, long de 500 kilomètres et d'une valeur d'un milliard de dollars, qui s'étendra de la frontière bulgare-grecque jusqu'à Athènes, peut fournir des possibilités aux fournisseurs canadiens de produits et services. Les travaux civils de ce projet «clé en main» seront effectués par Biokat Corporation, 4 Gravia and Granikou Street, Maroussi, 151 25 Athens. Tél. : 301-686-6700, télex : 215271, télécopieur : 683-0454, à l'at-

Nouvelle loi américaine sur l'étiquetage des exportations d'aliments transformés

Les entreprises qui exportent des aliments transformés aux États-Unis seront assujetties à de nouvelles exigences en matière d'étiquetage nutritionnel.

Ces exigences résultent de la U.S. Nutritional Labeling and Education Act, loi adoptée en novembre dernier qui modifie la U.S. Federal Food, Drug and Cosmetic Act et impose l'étiquetage nutritionnel pour presque tous les produits alimentaires, y compris ceux qui sont importés.

Cette loi touchera donc les entreprises canadiennes qui exportent des aliments transformés aux États-Unis. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) est en train d'étudier ses conséquences éventuelles.

Le règlement se rattachant à la loi sera établi par la U.S. Food and Drug Administration (FDA) l'an prochain, et l'industrie devra se conformer à toutes ses dispositions au début de 1993.

Il est toutefois important de noter que les diverses parties de la nouvelle loi entreront en vigueur à différents moments dans les deux années à venir. Les modifications touchant la section relative aux ingrédients entreront en vigueur le 8 novembre prochain.

En vertu de la nouvelle loi, il faudra indiquer la proportion de jus dans les

jus de fruits et de légumes, énumérer les colorants autorisés contenus dans les aliments et les ingrédients des aliments normalisés. La FDA élabore actuellement le règlement portant sur ces questions.

En outre, la FDA doit établir des lignes directrices sur l'information nutritionnelle à l'intention des détaillants en alimentation. Elles porteront sur les 20 sortes de fruits, de légumes et de poissons frais les plus consommées.

Si la FDA établit qu'après 12 mois, les détaillants ne se sont pas conformés aux lignes directrices, elle mettra peut-être sur pied un programme d'étiquetage nutritionnel obligatoire pour ces produits.

Quant aux viandes et à la volaille et leurs produits, comme ils sont réglementés par la U.S. Department of Agriculture et non par la FDA, ils ne sont à peu près pas touchés par la nouvelle loi.

L'Accord de libre-échange (ALE) a entraîné la création de plusieurs groupes de travail, sous la surveillance d'AECEC, chargés de faciliter le commerce des produits agricoles, des aliments et des boissons. Le Groupe de travail sur l'emballage et l'étiquetage travaille à l'élaboration d'exigences équivalentes pour l'étiquetage

nutritionnel, l'énumération des ingrédients ainsi que la terminologie et les définitions relatives à l'étiquetage.

Le Groupe de travail invite tous les intéressés à lui faire part de leurs commentaires sur la nouvelle loi américaine, surtout sur l'effet éventuel des nouvelles exigences en matière d'étiquetage sur les exportateurs canadiens des produits alimentaires.

Pour toute demande de renseignements ou tout commentaire, s'adresser à son association ou à M^{me} K. Gourlie, présidente du Groupe de travail sur l'emballage et l'étiquetage, 16^e étage, zone 8, Place du Portage, Phase I, 50, rue Victoria, Hull (Québec), K1A 0C9. Tél. : (613) 953-3187. Télécopieur : (613) 953-2311.

Contrats décrochés

Les locomotives pour le transport de passagers, fabriquées au Canada, feront marcher le système des trains de banlieue en pleine croissance du sud de la Californie. La Los Angeles County Transit Commission vient d'acheter 17 locomotives F59PH coûtant chacune 2 millions de dollars US de la société GM Canada de à London. La commande, qui comprenait des options pour 15 locomotives supplémentaires, plus de 60 millions de dollars. Les locomotives, qui doivent être livrées en 1992, feront partie d'une initiative de transport public de plusieurs milliards de dollars échelonnée sur une période de 30 ans, qui vise à résoudre les énormes problèmes de trafic de la région et à améliorer la qualité de l'air.

Un programme mis en oeuvre par la San Francisco Municipal Railway pour remplacer sa flotte de trolleybus de 40 pieds offrira de bonnes possibilités de ventes à la société New Flyer. En septembre dernier, l'entreprise de Winnipeg s'est vu attribuer un contrat de 22,8 millions de dollars pour la fourniture de 35 de ses trolleybus articulés de 60 pieds, et elle espère remplacer tous les 345 trolleybus de 40 pieds qu'elle avait vendus à la San Francisco Municipal Railway en 1976.

Exposition sur la gestion des matières dangereuses

Atlantic City — Malgré un nombre de places limité, les entreprises canadiennes admissibles peuvent encore participer au pavillon parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada à HazMat'91.

La Hazardous Materials Management International Conference and Exhibition, qui se tient du 12 au 14 juin, est une exposition de produits et de services qui s'applique à une vaste gamme d'industries, du secteur manufacturier général au secteur de produits chimiques.

Les éléments exposés cette année à HazMat, inclueront les produits et les services de retenue et de nettoyage des fuites et des débordements, d'intervention en cas d'urgence, de traitement et d'élimination, ainsi que les vêtements de protection, les laboratoires, les systèmes de contrôle de la pollution des eaux et les systèmes informatiques.

L'année dernière, à HazMat, plus de 440 sociétés ont exposé leurs produits et leurs services à plus de 10 000 participants — des cadres industriels, des gestionnaires, des ingénieurs de l'environnement et des haut-fonctionnaires. Les participants au pavillon canadien ont prévu des ventes dépassant 5 millions de dollars sur une période de 12 mois.

Les entreprises désirant participer à HazMat'91 (le droit de participation est de 1 800 \$) devraient communiquer avec Mme Jessie Inman ou M. Donald Marsan, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

La Turquie : un lien entre l'Europe et le Moyen-Orient

L'article suivant a été préparé par la section commerciale de l'ambassade du Canada à Ankara (Turquie).

Après une décennie de transformation, la Turquie, qui était une collectivité surtout agricole, est devenue un exportateur de produits manufacturés à l'échelle internationale. C'est aussi un lien commercial important entre l'Europe et le Moyen-Orient.

Les exportateurs canadiens peuvent y faire des affaires, que ce soient des exportations directes, des échanges de technologie ou des entreprises conjointes.

Le plan quinquennal

Le plan de développement quinquennal de la Turquie (1990-1994), permettra au pays de se placer au premier rang des pays producteurs et exportateurs. Les points principaux du Plan prévoient un taux de croissance annuel de 7 %, une augmentation annuelle des dépenses personnelles à la consommation de 7 %, des exportations annuelles de 22,5 milliards de dollars et des importations annuelles de 23,6 milliards de dollars US.

Pour atteindre ces objectifs, le gouvernement turc a aboli presque tous les tarifs à l'importation et les barrières commerciales et permet un rapatriement libre des profits dans le cadre d'une mesure positive visant à encourager les importations de matériel, de savoir-faire et d'investissement étrangers.

Possibilités d'exportation

Les fabricants canadiens fournissent une vaste gamme de produits dont la Turquie a besoin. En particulier, il existe de nombreuses possibilités dans des secteurs tels que les communications, l'environnement, la technologie de pointe, le transport, la défense, les métaux, l'électricité, l'énergie, l'exploitation minière, le pétrole et le gaz, l'enseignement, les soins de santé et la construction.

Les autres secteurs qu'il vaudrait la peine d'explorer sont notamment les accords de licence ou les accords d'entreprise conjointe pour les mélanges plastiques et les produits chimiques, le matériel de manutention des

matériaux lourds, le matériel d'exploitation minière, les systèmes de chauffage, les produits et les contrôles de l'environnement, l'agri-négoce, les machines industrielles, les outils et les filières, la formation professionnelle et les télécommunications.

Le pays, autarcique sur le plan agricole, compte 57 millions d'habitants. Son marché de consommateurs de la classe moyenne croît rapidement; en 1990 seulement, ce marché a attiré des investissements étrangers d'une valeur d'un milliard de dollars US.

Des secteurs tels que les biens de production et de consommation, les matières premières et les pièces connaissent une croissance rapide.

Le pays

Situé en partie en Asie et en partie en Europe, entre les mers Noire et Méditerranée, la Turquie a une économie florissante. Les Turcs sont parmi les plus honnêtes au monde et désirent vivement établir de nouvelles relations d'affaires.

Bien que le pays soit musulman, son gouvernement fonctionne sur des principes séculaires et, en fait, est fortement orienté vers l'Europe — sa relation avec l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN) et la Communauté européenne (CE) en sont la preuve.

Le fait que la Turquie ait demandé de devenir un membre à part entière de la CE a encouragé les producteurs à faire des investissements importants en vue d'améliorer leurs produits finis pour satisfaire aux normes européennes (ce qui leur permet de faire avec succès concurrence sur le marché européen).

La libéralisation dans le Bloc de l'Est offre de nouvelles possibilités d'exportation vers de nouveaux marchés dans ces pays.

La Turquie est située stratégiquement de sorte qu'elle peut jouer un rôle important dans la fourniture de biens et de services à l'Iran, à l'Arabie Saoudite et au Koweït lorsque ces pays se rétabliront et rebâtiront leur économie après la guerre.

Istanbul, un centre commercial

Istanbul est le centre de l'industrie, des activités bancaires et du commerce

de la Turquie.

Avec 8 millions d'habitants, Istanbul est la ville la plus grande et le centre commercial le plus grand de Turquie — elle est la source de 70 % de toutes les importations et de 35 % de toutes les exportations. Elle est la base de la grande majorité des agents, des importateurs et des distributeurs de Turquie. La Chambre de commerce compte 100 000 entreprises membres.

Istanbul, qui fera l'objet d'un projet de développement de l'infrastructure d'une valeur d'un milliard de dollars US, deviendra peut-être l'un des centres internationaux principaux d'affaires en Europe. Le programme de grande envergure de développement des télécommunications, des hôtels et des services attirera, à lui seul, des investissements étrangers directs.

À Istanbul, un aéroport international moderne, bien équipé, relie la ville à tous les autres centres commerciaux turcs et au reste du monde.

La ville accueille aussi **Canada Fair**, une foire commerciale bi-annuelle sur le transfert de la technologie et la coopération industrielle, organisée conjointement par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et la société privée, Sirtec, de Montréal. **Canada Fair'90** a été un tel succès que des plans sont en cours pour ouvrir un bureau permanent à Istanbul.

Soutien à l'exportation

Les entreprises qui exportent à la Turquie ont accès à diverses formes de soutien financier — de la Banque mondiale, de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Elles peuvent aussi compter sur le savoir-faire du personnel dynamique de la section commerciale de l'ambassade du Canada à Ankara.

Communiquez avec la section commerciale, ambassade du Canada, Nenehatun Caddesi 75, Gaziosmanpasa, 06700 Ankara, Turquie. Tél. : (011-90-4) 136-1275. Télécopieur : (011-90-4) 146-4437. Télex : (code de destination 607) 42369 (A/B 42369 DCAN TR).

Calendrier 1991-1992 des foires et missions aux États-Unis

Les États-Unis, notre premier partenaire commercial, absorbent environ 77 % de nos exportations.

L'une des façons les plus efficaces de pénétrer cet énorme marché, ou d'y étendre vos exportations, consiste à faire connaître vos produits et vos services à des foires et à des missions commerciales.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) prévoit participer à quelque 400 foires et autres activités commerciales aux États-Unis en 1991-1992.

Voici la troisième — et dernière — partie de la liste chronologique des événements prévus dans plusieurs secteurs industriels, répertoriés par ordre alphabétique (voir numéros précédents pour le début).

Pour plus de renseignements sur les foires ou sur les modalités de participation, communiquer avec la Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), ou avec la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO). Tél. (613) 993-7343. Télécopieur : (613) 990-9119. (DAD = Date à déterminer.)

Aliments et Boissons Transformés et Semi-transformés

- TOPS Promotion en magasin (1 magasin) — Été 1991 — Buffalo.
- Démonstration des Chefs de Cuisine - Poisson et autres aliments — Fin juin 1991 — Chicago.
- International Fancy Food — 7-10 juillet 1991 — New York.
- Solo Food Show — Automne 1991 — Buffalo.
- TOPS Promotion en magasin (1 magasin) — Automne 1991 — Buffalo.
- Ohio Grocers Association Show — 27-29 septembre 1991 — Columbus.
- Salon canadien de l'alimentation — Février 1992 — Seattle.
- International Fancy Food — 8-10 mars 1992 — San Francisco.
- Arizona Retail Grocers Show — 17-19 mai 1991 — Arizona.
- Michigan Grocers Association Show — 15-18 septembre 1991 — Grand-Traverse.
- Colloques à travers le Canada sur la réglementation américaine en matière d'étiquetage alimentaire et exigences nutritionnelles — Novembre 1991-janvier 1992.

Articles et Vêtements de Sport

- National Athletic Trainers Association — 9-13 juin 1991 — New York.
- National Sporting Goods Association World Sports Expo 1991 — 15-18 juillet 1991 — Chicago.
- Mission NEXUS au National Sporting Goods Association World Sports Expo '91 — 15-18 juillet 1991 — Chicago.
- American Fishing & Tackle Manufacturers Association — 7-10 août 1991 — Anaheim.
- The Outdoor Retailer Expo West — 12-14 août 1991 — Reno.
- Action Sports Retailers — 6-8 septembre 1991 — Atlantic City.
- Interbike — 1^{er}-3 octobre 1991 — New Jersey.
- The National Sporting Goods Association Western Market

1991 — 3-5 octobre 1991.

- Action Sports Retailers — Janvier 1992 — San Diego.
- Shooting Hunting Outdoor Trade (SHOT) Show & Conference — 5-8 janvier 1992 — Nouvelle-Orléans.
- Mission NEXUS à The Super Show — 19-23 février 1992 — Atlanta.
- The Super Show 1992 — 20-24 février 1992 — Atlanta.
- Répertoire des articles de sport canadiens pour les marchés mondiaux — Mars 1992 — Ottawa.
- Exposition de la United Ski Industry of America — 17-22 mars 1992 — Las Vegas.
- American Fishing & Tackle Manufacturers Association — Avril 1992 — Las Vegas.
- Outdoor Retailer Expo West '92 — Août 1992 — Reno.
- National Sporting Goods Association World Sports Expo '92 — 3-6 août 1992 — Chicago.
- Interbike — Octobre 1992 — New Jersey.
- National Sporting Goods Association Western Market — 9-11 octobre 1992 — Long Beach.
- United Ski of America Association — Mars 1993 — Las Vegas.

Bateaux et Accessoires

- IMTEC '91 — Septembre 1991 — Chicago.
- Missions NEXUS à IMTEC '91 — Septembre 1991 — Chicago.
- Miami International Boat Show — Février 1992 — Miami.
- Mission d'acheteurs américains à l'Exposition nautique de Toronto — Janvier 1992 — Toronto.
- Mission d'acheteurs américains à l'Expo nautique de Montréal — Février 1992 — Montréal.
- Mission NEXUS au Southern California Boat Show — Février 1992 — Los Angeles, San Diego, San Francisco.

Équipement pour la Pêche et la Transformation des Produits de la Pêche

- Exposition de poisson et colloque/réception de l'industrie canadienne — Septembre 1991 — Seattle.

Industrie Graphique

- Pavillon national au Print '91 (foire commerciale de matériel d'imprimerie) — Septembre 1991 — Chicago.
- Graph-Expo Equipment Show — Septembre 1992 — New York.

Industries Maritimes

- International Maritime Exposition — Novembre 1991.
- Workboat Show — 5-7 décembre 1991 — Nouvelle-Orléans.

Jouets et Jeux

- Mission NEXUS — Septembre 1992 — Los Angeles.

Machines et Services de Menuiserie

- International Woodworking Fair '92 — 21-23 août 1991 — Atlanta.
- Woodworking, Machinery & Furniture Supply Fair — 27-29 août 1991 — Anaheim.

Matériel de Bureau

- Mission NEXUS au National Office Product Show — Août 1991 — Atlanta.
- Foire commerciale de la National Office Products Association — Août 1991 — Atlanta.

Matériel d'Emballage

- National Industrial Fastener Show — 1^{er}-2 mai 1991 — Columbus.
- Westpack '91 — 10-12 septembre 1991 — Anaheim.

Matériel de Manipulation et de Transformation Alimentaire

- Mission d'acheteurs américains à HOSTEX '91 — Toronto — 21-24 avril 1991.
- Food Marketing Institute — Chicago — 5-8 mai 1991.
- National Restaurant Association Show — Chicago — 19-23 mai 1991.
- Florida Restaurant Association — Orlando — 23-25 août 1991.
- Michigan and Great Lakes Food Service Show — Lansing, Michigan — 13-14 octobre 1991.
- International Hotel, Motel and Restaurant Show — New York, New York — 9-12 novembre 1991.

Matériel de Manutention

- The Iron & Steel Exposition — Septembre 1991 — Pittsburgh.
- Great Lakes Industrial Show — Novembre 1991 — Cleveland.
- Puerto Rico Manufacturing Fair — Avril 1991 — San Juan.
- The National Materials Handling Show — Mars 1992 — Détroit.

Matériel Minier

- Gold Tech '91 — Septembre 1991 — Reno.
- Mission NEXUS au Minexpo International '92 — 17-18 février 1992 — Las Vegas.
- Inventaire des produits et des services — Mars 1992 — Ottawa.
- Minexpo International '92 — 18-22 octobre 1992 — Las Vegas.

Matériel Pharmaceutique et Biotechnologie

- Services de conseil en matière de biotechnologie — Avril 1991-Mars 1992 — San Diego, Los Angeles, Santa Clara, Princeton, Boston, Détroit, Cleveland.
- American Society for Microbiology — 5-9 mai 1991 — Dallas.
- IBEX — Octobre 1991 — San Francisco.
- Mission NEXUS à IIBEX — Octobre 1991 — San Francisco.

Matériel de Production

- Fabtech '91 — 14-17 octobre 1991 — Rosemont.

Matériel de Sécurité

- COPEX USA '91 — 7-9 mai 1991 — Baltimore.
- ISC East '91 — 27-29 août 1991 — New York.
- ASIS — 23-26 septembre 1991 — Orlando.

Matériel de Traitement des Pâtes et Papiers et Services Connexes

- Publication sur le matériel de traitement des pâtes et papiers

et les services connexes destinés aux marchés mondiaux — Mars 1992 — Ottawa.

- Technical Association of the Pulp & Paper Industry — 2-5 mai 1991 — Atlanta.
- Technical Association of the Pulp & Paper Industry — Mai 1994 — Atlanta.

Matériel de Transmission et de Distribution et Services Connexes

- Institute of Electrical and Electronic Engineers\Power Engineering Society — Septembre 1991 — Dallas.
- T & D World Expo — 1992 — Indianapolis.

Pétrole et Gaz

- Offshore Technology Conference — 6-9 mai 1991 — Houston.
- Society of Petroleum Engineers — 22-25 septembre 1991 — Dallas.
- American Gas Conference — 27-28 octobre 1991 — San Diego.
- SPE — 31 mars-1^{er} avril 1992 — Bakersfield.

Piscines et Spas

- National Spa & Pool Institute International Expo '91 — 20-23 novembre 1991 — Dallas.
- Répertoire du matériel pour les piscines et les spas destiné aux marchés mondiaux — Mars 1992 — Ottawa.

Plastique

- National Plastics Expo — Juin 1991 — Chicago.

Télécommunications

- International Communications Association — Juin 1991 — Anaheim.
- Land Mobile — Septembre 1991 — Atlanta.
- South East Telecommunications Association — Octobre 1991 — Miami.
- Data '91 — Décembre 1991 — Miami.
- Deux missions en provenance de l'Atlanta — Une mission chaque de Dallas, San Francisco, Boston and Chicago — DAD.
- Supercomm 1992 — Juin 1992 — Chicago.

Tourisme

- 15 missions NEEF/NEXUS.
- Carrefour des média — Mars 1992 — New York.
- Carrefour des média — 30 avril-1^{er} mai 1991 — Los Angeles.
- Expérience Canada — 8-9 mai 1991 — Dallas.
- Canada Showcase — Juin 1991 — New York.
- Soft Outdoor Marketplace — Février 1992 — Boston.
- Carrefour Bienvenue Québec — Octobre 1991.
- Alberta Reverse Marketplace — Octobre 1991.
- Tournées de promotion au Manitoba.
- Tournées de promotion au New Brunswick, en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard.
- Association canadienne de l'industrie du tourisme — Février 1992 — Saskatoon.

Transport Urbain

- Conférence APTAC 1991 — Printemps 1991 — Toronto.
- Missions de fonctionnaires américains au Canada pour étudier le système canadien — En cours.

Les Pays - Bas

Un marché d'articles de sport de \$1 milliard

La section commerciale de l'ambassade du Canada à La Haye conseille aux exportateurs canadiens d'articles de sport de s'intéresser aux Pays-Bas. Elle estime que la valeur du marché pour ces articles y atteint 1,1 milliard de dollars.

Le marché

La répartition du marché (pour 1989) est la suivante :

- vêtements de sport et vêtements sport, 365 millions de dollars;
- articles et accessoires de sport, 314 millions de dollars;
- chaussures de sport, 225 millions de dollars; et
- articles de camping, 211 millions de dollars.

Les chiffres suivants - en millions de dollars -, relatifs aux principaux articles de sport importés par les Pays-Bas en 1989, qui pourraient intéresser les exportateurs canadiens, révèlent que les chaussures de sport étaient en tête de liste et que les patins à glace étaient les articles les moins importés :

- chaussures de sport, 72;
- matériel de camping, 35;
- matériel de gymnastique, d'athlétisme et de musculation, 19;
- équipement de ski, y compris les bottes, 19;
- planches pour planche à voile, 10;
- raquettes de tennis, 8,5;
- équipement de golf, 8;
- patins à roulettes, 3; et
- patins à glace (patinage artistique, patinage de vitesse, hockey), 1,8.

On estime, qu'en 1990, les importations d'articles de sport, y compris les vêtements de sport, les chaussures de sport et le matériel de camping importés par les Pays-Bas ont atteint environ 450 millions de dollars.

Voici, par ordre d'importance, les dix sports préférés aux Pays-Bas en 1989 : le soccer, le tennis, la gymnastique, le volley-ball, la natation et le water-polo, le ski, le patinage de vitesse et le patinage artistique, le hockey sur gazon, le badminton et le korfbal.

Fournisseurs étrangers

Les principaux fournisseurs étrangers des marchés hollandais sont des pays

d'Extrême-Orient — par des contrats directs conclus avec des acheteurs hollandais importants et indirectement par des importations de pays européens de produits et de matériel de marque fabriqués sur demande dans la région du Pacifique.

Ces sources européennes sont notamment l'Allemagne, la France, l'Italie, l'Autriche et la Suisse; la Tchécoslovaquie et la Roumanie sont les principaux fournisseurs de patins bon marché.

On prévoit que les pays d'Extrême-Orient continueront à être les principaux fournisseurs des Pays-Bas du moment que les salaires dans ces pays demeurent considérablement inférieurs à ceux dans les pays développés.

Le facteur primordial qui détermine les décisions d'achat des acheteurs hollandais se résume de la manière suivante: la meilleure qualité au prix le plus bas (bien que l'on désire payer davantage pour des marques prestigieuses de classe mondiale, spécialement dans le cas de vêtements de sport tels que Nike, Lacoste et L.A. Gear).

Canaux de distribution

Selon l'ambassade, la meilleure façon d'exporter vers les Pays-Bas, c'est par l'entremise d'un importateur ou d'un distributeur qui achète à ses propres frais et qui travaille sur une base exclusive — un certain nombre d'importateurs locaux étendent leurs activités sur des marchés voisins tels que la Belgique et des parties de l'Allemagne. Un agent devrait fournir une bonne base de représentation pour les vêtements de sport et les vêtements sport. Les ventes directes sont une option recommandée si le nombre de magasins de détail est limité en raison de la nature du produit. Autrement, les ventes directes ne fourniraient pas une couverture entière du marché et ne seraient intéressantes que dans le cas de commandes importantes.

Normes

Les normes de sécurité et les normes juridiques qui s'appliquent en Amérique du Nord sont généralement acceptées aux Pays-Bas. Pour obtenir des renseignements précis sur les normes

de la Communauté européenne (CE), communiquer avec le Conseil canadien des normes, 350, rue Sparks, bureau 1200, Ottawa K1P 6N7. Tél. : (613) 238-3222. Télécopieur : (613) 995-4564.

Droits à l'importation

Il n'existe aucune restriction sur les importations d'articles de sport, les vêtements de sport et les chaussures de sport aux Pays-Bas. Les droits vont de 14 % sur les vêtements de sport et 20 % sur les chaussures de sport à 6 % sur la plupart des articles et des accessoires de sport.

Les droits sont payables sur la valeur du prix FOB canadien plus le coût du transport et l'assurance. La taxe sur la valeur ajoutée locale (comparable à la TPS du Canada) est actuellement de 18,5 %.

Langue d'affaires

Les Hollandais utilisent, sur une grande échelle, l'anglais, comme langue seconde; aussi, il ne devrait pas y avoir de problèmes de communication avec les agents locaux et les acheteurs.

Le français n'est pas couramment parlé sauf dans les entreprises qui font affaire avec des marchés francophones.

Foires commerciales

Les foires commerciales locales SPOVAK Printemps (janvier) et SPOVAK Automne (septembre) sont de caractère très local; elles se tiennent à Utrecht. De nombreux agents, importateurs et détaillants hollandais visitent de grandes expositions internationales telles que ISPO Printemps et Automne à Munich, en Allemagne. On encourage aussi les entreprises canadiennes à se faire connaître à de telles foires commerciales internationales.

Sources de renseignements

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché des articles de sport aux Pays-Bas, communiquer avec l'Association of Sporting Goods Manufacturers and Wholesalers, P.O. Box 9230, 3506 GE Utrecht, Netherlands. Tél. : (0) 30-562611. Télécopieur : (0) 30-562626.

Ou contacter F.W. Zechner, agent
(Voir page 10 : Les Pays-Bas.)

L'Europe de 1992 : des échanges commerciaux accrus

Une étude publiée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) donne aux Canadiens qui possèdent déjà des connaissances de base sur l'initiative du marché unique de 1992 une meilleure idée sur 12 questions de politique importantes soulevées par les derniers faits nouveaux.

Intitulée *L'Europe de 1992 et les questions connexes*, l'étude indique bien que malgré certaines divergences avec la Communauté européenne (CE), le gouvernement canadien considère que bon nombre des politiques élaborées dans le cadre de l'initiative du marché unique entraîneront l'augmentation des échanges commerciaux entre le Canada et la CE. Voici un aperçu des principales conclusions de l'étude.

Traitement national

C'est l'expression utilisée pour qualifier une situation où une filiale étrangère se voit accorder les mêmes privilèges que ceux consentis à une entreprise locale établie sur le marché national. Le Canada encourage l'application de ce principe à la gamme entière des initiatives de la CE de 1992.

Réciprocité

Le mot désigne l'idée selon laquelle l'accès d'un pays étranger au marché d'un pays donné devrait être directement lié à l'accès que les entreprises du pays donné ont au marché du pays étranger en question. La CE a envisagé d'utiliser une réciprocité "symétrique", c.-à-d. que les entreprises d'un pays étranger se voient accorder exactement le même accès au marché intérieur d'un pays que l'accès accordé aux entreprises de ce pays sur le marché du pays étranger en cause.

Le Canada, en partie en raison de son régime fédéral et de l'existence de règlements provinciaux, favorise une forme de réciprocité fondée sur l'idée d'un traitement national assorti d'un accès "équivalent" au marché. La pression internationale semble avoir prévalu et la CE vise l'"accès effectif au marché comparable à celui qu'offre la Communauté", ce qui signifie que les entreprises se verront accorder un accès équivalent aux marchés de leurs partenaires respectifs.

Restrictions quantitatives (RQ)

Pendant la préparation d'une politique commune, la Commission pourrait subir des pressions pour qu'elle remplace les restrictions quantitatives nationales par une protection pan-communautaire. Le secteur automobile constitue un bon exemple. Le Canada encourage l'élimination des RQ au niveau national et accepte de les remplacer par des restrictions pan-communautaires s'il est impossible de les éliminer entièrement.

Règlements antidumping

On estime qu'il y a dumping lorsqu'un exportateur étranger vend un produit sur un marché étranger pour moins que le prix comparable sur son propre marché, ou pour moins que le coût de production majoré d'un bénéfice raisonnable. La CE impose fréquemment des droits antidumping aux exportateurs étrangers. Au GATT, le Canada a tenté d'obtenir un régime antidumping plus rigoureux.

Règles d'origine

La façon dont la CE a récemment appliqué ses règles d'origine laisse supposer qu'elle ne détermine plus l'origine

selon la dernière phase importante mais plutôt selon la phase de fabrication la plus importante. Le Canada est préoccupé par ce changement dans l'application des règles d'origine car il peut être discriminatoire à l'égard des produits canadiens.

Marchés publics

La CE a ouvert les marchés de ses entités publiques pour ce qui concerne les achats intra-communautaires dans les secteurs du transport, de l'énergie, de l'eau et des télécommunications. Elle est disposée à envisager d'élargir cet accès à d'autres partenaires sur une base de réciprocité multilatérale ou bilatérale à condition que les entreprises de la CE aient un accès "comparable et effectif" au marché public étranger. Cela pourrait présenter des possibilités accrues aux entreprises canadiennes.

Normes - Essais et certification

Le Canada craint que s'il ne conclut pas avec la CE un accord de reconnaissance mutuelle des essais et des certifications, ses exportations vers la CE ne soient réduites par l'établissement de nouvelles normes pan-communautaires relatives aux produits. Des discussions préliminaires ont révélé que la CE s'attend à ce que la conclusion d'un accord bilatéral avec le Canada cause moins de problèmes que dans le cas d'autres partenaires commerciaux.

Droits de propriété intellectuelle

La CE se propose de créer un brevet communautaire (BC) et une marque communautaire (MC). Selon le système proposé, la présentation d'une demande unique permettrait d'obtenir une protection dans l'ensemble de la CE. Afin d'encourager l'investissement continu dans la recherche et l'innovation, la CE a adopté ou proposé des mesures visant la contrefaçon de produits, la protection des microplaquettes d'ordinateur, les brevets liés à la biotechnologie et les droits d'auteur visant les logiciels.

Droit des sociétés

L'Initiative 1992 prévoit des mesures visant à réglementer et à harmoniser les dispositions applicables au droit des sociétés, y compris des mesures permettant la création d'entreprises pan-européennes. Elle prévoit aussi la politique de la concurrence visant à encourager les fusions et les prises de contrôle tout en protégeant la concurrence. Le Canada reconnaît que les initiatives intra-CE touchant le droit des sociétés sont prises d'une manière non discriminatoire.

Politique agricole commune (PAC)

La PAC a soutenu le développement de l'agriculture dans la CE, mais elle a aussi entravé nos possibilités d'exportation de produits agricoles tant dans la CE que sur les marchés tiers.

Espace économique européen

L'Islande, la Finlande, la Norvège, la Suède, la Suisse, l'Autriche, le Liechtenstein et la CE ont engagé des négociations sur l'établissement d'un Espace économique européen (EEE) qui créerait un marché commun de plus de 370 millions de consommateurs. Le Canada reconnaît qu'un tel marché offrirait de meilleures perspectives commerciales aux entreprises canadiennes; toutefois, l'EEE améliorerait

(Voir page 10 : L'Europe.)

Études de marché sur le Japon

La Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) continue à élaborer sa série étendue d'études de marché pour ce qui est des possibilités d'exportation au Japon.

Depuis le milieu des années 1980, l'appréciation du yen, la politique du Japon consistant à stimuler la demande intérieure, et le passage à un régime d'importation plus ouvert ont rendu les produits canadiens beaucoup plus concurrentiels sur le marché japonais. Des débouchés ont fait leur apparition dans des secteurs qui étaient auparavant fermés aux fournisseurs étrangers.

La sélection de secteurs de produits pour lesquels des études sont produites est déterminée par une analyse détaillée des données sur les importations du Japon. On utilise les trois critères de sélection suivants :

1. Les importations réelles japonaises doivent avoir augmenté en 1986 et 1987;
2. Les pays fournisseurs doivent posséder des avantages semblables à ceux du Canada; et
3. Il doit exister une capacité de production au Canada.

La série d'études a aussi été étendue pour comprendre une analyse plus vaste des marchés régionaux principaux du

Japon. Des rapports ont été établis pour aider les entreprises canadiennes à aller au-delà de l'idée du voyage d'affaires traditionnel à Tokyo seulement. Il ne faudrait pas négliger d'autres régions; la région de Kansai/Osaka à elle seule compte pour un cinquième de l'économie du Japon et pour 2 % du produit national brut du monde.

Voici une liste des études de marché actuellement disponibles :

Le marché des oeufs de hareng de l'Atlantique (n° 60CF)

Le marché des préparations pour boulangerie et pâtisserie (n° 61CE)

Le marché du saumon de C.-B. (n° 64CB)

Le marché de l'eau embouteillée (n° 63CB)

Le marché de détail des aliments et des boissons (n° 76CF)

Le marché du matériel de transformation des aliments (n° 65CB)

Le marché de la restauration (n° 66CF)

Le marché des jus de fruits (n° 67CB)

Le marché du nautisme (n° 70CB)

Le marché des produits de menuiserie (n° 71CB)

Le marché des champignons (n° 89CB)

Osaka et Kansai (n° 58CB)

Le marché des machines d'emballage (n° 69CB)

Le marché de la tourbe de sphaigne (n° 72CB)

Le marché des aliments pour animaux

de compagnie (n° 73CB)

Le marché de la luzerne et du foin transformés (n° 75CB)

Le marché des viandes transformées (n° 75CB)

Le marché des oursins (n° 77CB)

Le marché du logiciel (n° 78CB)

Le marché des portes et des fenêtres (n° 79CF)

D'autres études sont en préparation; elles portent notamment sur le matériel de garage, l'approvisionnement gouvernemental, les produits laminés et le matériel de l'industrie océanique. Dans les mois à venir, on s'attend à ce que cinq autres études régionales soient disponibles : Sapporo/Hokkaido, Hiroshima/Chugoku, Sendai/Tohoku, Fukuoka/Kyushu et Nagoya/Tokai.

La série est produite conjointement avec la Japanese Export Trade Organization (JETRO) et elle est soutenue par le ministère du Commerce extérieur et de l'Industrie du Japon.

Pour obtenir des exemplaires de ces études, communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Pour de plus amples renseignements sur les débouchés au Japon, contacter la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 943-8286. Tél. : (613) 995-1281

L'Europe de 1992 — (Suite de la page 9.)

l'accès des pays de l'Association européenne de libre-échange (AELE) au marché de la CE, ce qui intensifierait la concurrence que les exportateurs canadiens rencontrent dans les secteurs de la pêche, de la forêt et autres secteurs.

Accords CE-Europe centrale et de l'Est

Le resserrement de la coopération économique entre la CE et les pays d'Europe centrale et de l'Est offrira des possibilités accrues aux entreprises canadiennes. Mais on peut s'attendre en même temps à une intensification de la concurrence en ce qui concerne les produits forestiers. Le Canada encourage les projets de coopération et les investissements sur les marchés est-européens.

On peut se procurer l'étude auprès d'Info Export (voir les détails dans l'encadré au bas de la page 12).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne (REM). Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

Les Pays-Bas — (Suite de la page 8.)

commercial, Section commerciale, ambassade du Canada, P.O. 30820, 2500 GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (0) 70-361-4111. Télécopieur : (0) 70 356-2823.

Pour plus d'informations sur les possibilités commerciales aux Pays-Bas, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

Catalogue pour les exportateurs miniers

Les exportateurs canadiens dans le domaine de l'industrie minière peuvent faire la publicité de leurs produits et de leurs capacités à l'échelle mondiale en s'inscrivant dans un catalogue qui doit être distribué partout dans le monde par AECEC. Pour obtenir plus de détails sur l'inscription gratuite, communiquer avec John Needham à la Canadian Association of Mining Equipment and Services for Export (CAMESE), bureau 903, 505 rue Consumers, Willowdale (Ont.) M2J 4V8. Tél. : (416) 498-0382. Télécopieur : (416) 492-8711.

La Direction des pêches (TAF) d' AECEC

Les pêches sont un élément essentiel de l'économie du Canada depuis le premier jour de la Confédération.

La Direction des pêches (TAF) d' Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) travaille à plein temps pour promouvoir les produits de la pêche et les fruits de mer canadiens sur les marchés extérieurs. Les membres de la Direction sont des spécialistes du développement du commerce et de la promotion des marchés d'exportation. Ils traitent de tous les types de produits de la pêche, y compris l'aquaculture et les services connexes.

Par une collaboration étroite avec l'industrie, des associations industrielles, les provinces et d'autres ministères du gouvernement fédéral, TAF se tient au courant de tout ce qui se passe dans l'industrie nationale.

Ces consultations fournissent une bonne idée de la capacité d'exportation du Canada et des difficultés que l'industrie éprouve. Comme l'explique le directeur, M. Dick Ablett, TAF est chargée de résoudre les problèmes de l'industrie — ainsi, les événements sont planifiés et la demande déterminée, par les missions à l'étranger, peut être satisfaite de la meilleure manière possible.

Les marchés

Pendant la période 1989-1990, vingt-huit bureaux commerciaux canadiens à l'étranger ont accordé au secteur du poisson et des fruits de mer la priorité pour le développement des marchés d'exportation. Les espèces et les produits les plus en demande sont les suivants : le saumon, le homard, la morue, la roque, la crevette, le crabe, les moules, le hareng, l'encornet, le sébaste et le merlu.

En fonction de ces constatations, la stratégie de TAF pour l'année prochaine consiste à augmenter la promotion des quatre produits prioritaires suivants :

- le saumon;
- le homard;
- les espèces insuffisamment exploitées (c.-à-d. le sébaste, le requin, la baudroie et l'anguille); et
- les produits à valeur ajoutée et les espèces qui ont une plus grande valeur.

Les événements

L'année prochaine, TAF parrainera environ 50 événements ou participera à ceux-ci. Au cours de ces événements, les produits de la pêche feront l'objet de promotions. Le programme annuel de foires commerciales, de missions, de conférences, etc. est établi pour faire connaître les produits prioritaires.

On détermine la participation aux manifestations, ainsi que la distribution des informations obtenus par TAF, en accédant aux noms des exportateurs de poissons inscrits dans la base de données d'exportations WIN.

WIN (Réseau mondial d'information sur les exportations) est un système qui permet au Service des délégués commerciaux à l'étranger d'avoir, au moyen d'un ordinateur, immédiatement accès aux renseignements les plus récents sur la capacité d'exportation du Canada. Actuellement, quelque 600 exportateurs de poissons sont inscrits dans WIN.

Les publications

Pour mettre les exportateurs canadiens davantage au courant des activités d'AECEC, TAF prépare et distribue divers rapports sur les activités de promotion commerciale. Des rapports sur des manifestations telles que *SeaFare International (20T)* à Long Beach (Californie), *SeaFare SouthEast (36T)* à Orlando (Floride) et la *Seafood Outlook Conference (26TE)* à St. John's (Terre-Neuve) fournissent un meilleur aperçu des exportations de produits canadiens de la pêche. Ils constituent d'excellents points de départ pour obtenir des renseignements sur les marchés.

En utilisant les plans opérationnels et les données sur les marchés des missions, TAF publie une série de guides destinés à l'industrie de la pêche canadienne, notamment : *Directives à l'intention des exportateurs de poisson canadiens* sur certains pays (on prévoit en publier 18 l'année prochaine) et *Marché d'exportation des produits de la pêche - Guide commenté* sur des possibilités précises relatives à des produits et des espèces partout dans le monde.

(Dans cette dernière publication, les missions n'ont pas seulement indiqué les produits et les espèces en demande dans leur secteur, mais elles ont aussi fourni des renseignements sur la manière de les vendre.

Une publication publiée récemment par TAF est, du début à la fin, une collection de données sur le marketing que l'on ne peut se procurer auprès d'aucune autre source. *Le Répertoire mondial des importateurs de poissons et fruits de mer (34TF)* énumère tous les principaux acheteurs de fruits de mer identifiés par les délégués commerciaux et les agents de commerce canadiens dans plus de 70 bureaux commerciaux à l'étranger. Chaque chapitre portant sur un pays comprend des cartes, des profils de marché, des listes d'acheteurs et des personnes-ressources dans les bureaux commerciaux.

Prise de contact

Pour obtenir des exemplaires des publications mentionnées ci-dessus, communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Pour plus d'informations sur l'exportation des produits de la pêche, communiquer avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des pêches (TAF), 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-1712. Télécopieur : (613) 905-8384. Tél. : 053374.

Mise à jour

Voici le nouveau numéro de l'ambassade du Canada à Jakarta, en Indonésie : 571-2251.

Voici la nouvelle adresse du Centre du commerce international, Industrie, Sciences et Technologie Canada, à Saskatoon : The S.H. Cohen Bldg., 119-4th Ave. South, 4th Floor, Saskatoon (Saskatchewan) S7K 5X2. Tél. : (306) 975-4400. Télécopieur : (306) 975-5334.

AU CALENDRIER

Toronto — 13-15 mai — Établir et gérer un programme de normalisation d'une entreprise. Ce cours, qui a pour but d'améliorer la productivité et la qualité par l'utilisation efficace de normes et techniques de normalisation, permettra aux participants d'apprendre, étape par étape, le processus de planification, de mise en application et de gestion d'un programme de normalisation. Le cours est organisé par la Standards Engineering Society (SES), établie dans l'Ohio, et adapté aux participants canadiens. Pour s'inscrire (685 \$ US pour les membres, 735 \$ pour les autres), communiquer avec SES, P.O. Box 2037, Dayton, Ohio 45401-2307. Tél. : (513) 223-2410. Télécopieur : (513) 223-6307.

Ottawa — 15-16 mai — Conférence annuelle sur la commercialisation et l'expansion commerciale de l'ACTP (Association canadienne de technologie de pointe) de 1991. La conférence offrira la possibilité de rencontrer des cadres internationaux du monde des affaires et de la recherche et de se mettre au courant des dernières tendances et possibilités sur le marché dans le domaine de la technologie de pointe. Les sujets de la conférence comprendront la planification des affaires et la gestion du risque, l'accord de libre-échange entre le Canada, les États-Unis et le Mexique, le marché unique européen, l'Europe de l'Est et les « Tigres asiatiques ». Un programme spécial a été établi à l'intention des sociétés qui désirent vendre au gouvernement fédéral ou avoir accès aux programmes gouvernementaux. Pour s'inscrire (345 \$ pour les membres de l'ACTP, 455 \$ pour les autres), communiquer avec l'Association canadienne de technologie de pointe, Ottawa. Tél. : (613) 236-6550. Télécopieur : (613) 236-8189.

Toronto — 21 mai — Faire des affaires avec Hong Kong. Atelier d'une mati-

née organisé par la Hong Kong-Canada Business Association (HKCBA). Pour s'inscrire, communiquer avec la

HKCBA. Tél. : (416) 366-2642. Télécopieur : (416) 366-1569.

Publications

Publications d'AECEC

La publication suivante est disponible auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Vient de paraître

Répertoire des agents de tourisme

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) vient de publier son répertoire des agents oeuvrant dans les 25 missions du réseau du tourisme. En plus de dresser la liste du personnel, des adresses et des territoires desservis, le répertoire renseigne sur les divers programmes d'expansion des exportations offerts à l'industrie touristique canadienne tels que le programme des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), le programme des Nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud (NEXUS) et le programme des Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS).

Autres Publications

PC USA 2.0, pour les ordinateurs compatibles avec les ordinateurs IBM, est un programme qui comprend une base de données exhaustive sur tous les États américains et qui donne des renseignements utiles pour évaluer les marchés éventuels. On y trouve des données, pour fins d'analyse statistique et de comparaison, sur les principaux produits fabriqués dans chaque État, sur les produits agricoles et sur les produits de l'énergie, des données sur le gouvernement, l'économie, l'éducation, le taux de criminalité et d'autres statistiques vitales (c.-à-d. nombre de per-

sonnes par médecin, nombre d'hôpitaux) et le niveau d'urbanisation. Pour obtenir de renseignements ou pour obtenir des exemplaires de ce programme, communiquer avec Action Business Brokers, 965 avenue Leovista, North Vancouver (C.-B.) V7R 1R4. Tél. : (604) 987-2861. Télécopieur : (604) 987-9164. Vous pouvez aussi vous procurer gratuitement une disquette de démonstration (indiquer le format).

Un vidéo sur la compétitivité

La Chambre de commerce du Canada a récemment lancé un vidéo de 10 minutes à l'intention des petites et des moyennes entreprises (PME), particulièrement le secteur manufacturier et les entreprises qui les desservent.

Intitulé *La Compétitivité, défi des années '90*, le vidéo, qui est fondé sur la notion de mondialisation, illustre les stratégies que poursuivent les concurrents des PME pour s'assurer une place sur les marchés, et présente une liste de critères pour évaluer sa compétitivité.

Le vidéo (une co-production de la Chambre de commerce du Canada et d'Industrie, Sciences et Technologie Canada, ISTC), s'insère dans le cadre du programme OBJECTIF 2000 de la Chambre, qui vise à aider les PME canadiennes à devenir plus concurrentielles dans l'économie mondiale.

Pour visionner le vidéo, communiquer avec votre chambre de commerce locale ou avec la Chambre de commerce du Canada, 55, rue Metcalfe, bureau 1160, Ottawa K1P 6N4. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Donnée remaniée des postes / Canada Post Corporation

Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°8

1^{er} mai 1991

Élimination de droits de douane Canada-É.-U.

La Commission mixte du commerce canado-américain a décidé d'éliminer une deuxième tranche de droits de douane entre le Canada et les États-Unis.

L'élimination accélérée, avant la date prévue dans l'Accord de libre-échange (ALE) entre les deux pays, porte sur des échanges commerciaux d'une valeur de quelque deux milliards de dollars, soit plus de 1 milliard de dollars d'exportations canadiennes aux États-Unis.

Cette mesure, qu'appuient fermement les industries des deux pays, touchera plus de 250 numéros tarifaires et plus de 400 produits. Elle facilitera, dans le cadre de l'ALE, la circulation des pro-

Calendrier 1991-1992 : foires et missions en Amérique latine, aux Antilles Voir page 8.

duits entre le Canada et les États-Unis.

L'élimination accélérée des droits de douane touchera un vaste éventail de secteurs dont l'agriculture, les produits chimiques, les machines et le matériel de transport.

En vertu de l'entente, certaines exportations canadiennes seront admises en franchise sur le marché américain, notamment (les chiffres représentant les exportations prévues pour 1990) :

- les moules pour matières plastiques (209 millions de dollars);
- le styrène (200 millions de dollars);
- le boeuf frais et réfrigéré (141 millions de dollars);
- la graine, l'huile et le tourteau de canola (138 millions de dollars);
- la graine de lin (73 millions de dollars);
- les abrasifs appliqués (60 millions de dollars); et
- les purificateurs d'eau (43 millions de dollars).

Les droits de douane sur les wagons à passagers et leurs pièces seront immédiatement éliminés entre les deux pays. Les États-Unis ont aussi accepté d'éliminer les droits de douane qu'ils appli-

quent aux wagons à marchandises d'origine canadienne.

Les fabricants canadiens bénéficieront aussi de l'élimination des droits canadiens sur une gamme de produits qui ne sont pas fabriqués au Canada mais qui sont importés des États-Unis pour être utilisés dans la fabrication au pays.

Ces mesures résultent d'une collaboration étroite entre les divers éléments des secteurs visés, et de consultations bilatérales approfondies auprès de l'industrie, des syndicats, des provinces et des États sur l'élimination de ces droits de douane.

Toute demande future de réduction accélérée appuyée par l'ensemble de l'industrie sera également examinée.

L'abolition des droits de douane en question fera l'objet d'un examen public dans les deux pays, et sous réserve de l'approbation des gouvernements canadien et américain, elle commencera à entrer en vigueur le 1^{er} juillet 1991.

Au Canada, l'entente sera appliquée par Décret du Conseil modifiant le Tarif

DANS CE NUMÉRO

<i>Un regard neuf sur l'exportation.....</i>	<i>2</i>
<i>L'Europe de 1992 : l'aérospatiale.....</i>	<i>4</i>
<i>La promotion des légumes secs.....</i>	<i>5</i>
<i>Débouchés en Amérique du Sud.....</i>	<i>9</i>
<i>Bulletin libre-échange.....</i>	<i>11</i>

des douanes, après publication préalable dans le numéro du 27 avril de la *Gazette du Canada* afin de permettre aux parties intéressées de présenter des observations.

Pour de plus amples renseignements sur l'élimination accélérée des tarifs ou pour obtenir la liste des produits visés, communiquer avec la Direction des tarifs et de l'accès aux marchés des États-Unis (UEA), Affaires extérieures et

Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 991-2056. Ou communiquer avec le ministère des Finances, Directions des tarifs. Tél. : (613) 996 7099.

Cuba achète volontiers au Canada

Le Canada est le fournisseur préféré de Cuba pour ce qui est de nombreux produits que ce pays achetait auparavant auprès de l'Europe de l'Est.

Malgré la situation actuelle difficile de ce pays en ce qui concerne les devises fortes, les acheteurs cubains (entreprises) sont disposés à payer en argent liquide les articles prioritaires, à condition que les prix soient concurrentiels.

Articles prioritaires

Les produits prioritaires sont notamment le matériel de chemin de fer usagé, les coussinets de véhicules, les courroies trapézoïdales, les pompes à injection, les pièces de rechange et les camions et les autobus usagés.

Les autres articles (surtout ceux destinés aux industries pharmaceutiques et de transformation de produits alimentaires) vont des luminaires à la quincaillerie, en passant par les détergents, le papier photographique et les engrais.

Les produits manufacturés tels que les câbles de téléphone, les fils de bobinage et les couronnes de fil, les moteurs électroniques et le matériel pour l'industrie sucrière sont aussi prioritaires.

Facteurs décisifs

Les frais de transport inférieurs peuvent être avantageux aux exportateurs canadiens, mais le prix franco dédouané peut être le facteur déterminant en ce qui concerne l'attribution des contrats.

A noter cependant que, dans bon nombre de secteurs, les concurrents (Voir page 2 : Cuba.)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Le calcul du prix à l'exportation

Le prix à l'exportation d'un produit se calcule différemment du prix national du même produit. Le calcul de ce prix met en jeu votre compétitivité sur les marchés internationaux.

Ce prix dépend :

1. du coût de revient du produit;
2. du marché;
3. des prix des concurrents.

1. Le coût de revient

Le coût de revient pour fin de calcul du prix à l'exportation correspond au coût marginal de production des produits fabriqués pour l'exportation : c'est-à-dire les coûts additionnels qui n'existeraient pas si ces produits n'étaient pas fabriqués.

Il ne faut donc comptabiliser aucun des coûts qui ne visent que le marché canadien. La vérité des prix à l'exportation est surtout sensible pour les frais d'étude, de publicité, de promotion et d'administration. On demande souvent à l'exportation d'amortir des coûts qui n'ont aucun rapport, ni utilité pour cette activité.

Par ailleurs, le coût de revient export comprend de nombreuses charges différentes de celles encourues sur le marché intérieur telles : les droits de douanes, les frais de marquage, les frais d'emballage, les frais de documentations, la rémunération du transitaire, les frais de financement export, les frais d'assurance, l'étiquetage, les coûts de transport, de chargement au port, de déchargement, etc.

2. Le marché

Une analyse soignée de l'offre et de la demande sur le marché visé doit permettre de déterminer la marge de manœuvre disponible pour fixer le prix à l'exportation.

La réglementation locale en matière de taux de change, les habitudes de paiement du pays peuvent retarder votre paiement et entraîner des charges financières additionnelles.

Le risque de change va apparaître dès la signature du contrat et persister jusqu'au paiement

3. La concurrence

Quels concurrents sont déjà sur le marché ciblé ? Quels prix y pratiquent-ils ? Quelles conditions de paiement consentent-ils ?

4. Le prix final

Avant d'ajouter au prix de revient le bénéfice export, l'exportateur a dû répondre à de nombreuses questions. Si la plupart des coûts peuvent être établis avec précision, d'autres frais potentiels (risque de change, réaction de la concurrence) sont difficiles à évaluer.

Si vous fixez un prix élevé, il faudra mettre l'accent sur ce qui le justifie : la qualité du produit, le service après-vente, son exclusivité, la réputation de votre marque, les facilités de crédit ou la sécurité des approvisionnements. Ces facteurs dépendent de la concurrence à laquelle le produit fait face.

Si vous fixez un prix bas, il faut y aller prudemment car votre marge de manœuvre sera mince et l'arrivée d'un concurrent ou de circonstances imprévues peut vous mettre en mauvaise posture.

Assurez-vous qu'un prix trop bas ne met pas en doute la qualité de votre produit. Un prix trop bas pour s'introduire sur un nouveau marché peut se révéler impossible à relever par la suite.

En règle générale, il vaut mieux fixer un prix raisonnable plutôt que trop bas et utiliser la marge éventuelle pour faire de la promotion sur le marché ciblé.

Cuba — (Suite de la première page.)

principaux seront des entreprises du Mexique et de l'Amérique latine.

Les entreprises canadiennes qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur ces possibilités de marchés attrayants devraient envoyer une lettre à cet effet ainsi que plusieurs exemplaires d'information sur leurs produits à

l'ambassade du Canada, section commerciale, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa (Ontario) K1N 8T7.

On peut aussi obtenir des renseignements détaillés auprès de M. George Sibley, Direction de l'expansion du commerce dans les Antilles et en Amérique centrale (LCT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 996-0677.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamoré

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

La mise en pages et l'édition électronique de ce numéro est l'œuvre de Mlle Mary Morris, étudiante en journalisme au Collège Algonquin à Ottawa.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises énumérées avant de s'engager avec elles.

BRÉSIL — Une entreprise qui met au point et vend des logiciels aux applications commerciales pour IBM AS400 recherche un partenaire commercial pour l'élaboration de logiciels avec lequel elle envisagerait de conclure un accord de coopération industriel. Communiquer avec CPCS Technologies Ltd., 215, Old Orchard Grove, Toronto (Ont.) M5M 2E6. Tél. : (416) 485-3801. Télécopieur : (416) 485-6207.

BRÉSIL — Une coopérative agricole diversifiée recherche un partenaire financier pour l'établissement d'une plantation d'agrumes. La coopérative désire aussi conclure un accord de coopération industrielle qui permettrait 1) d'établir une ferme expérimentale pour acquérir de l'expertise dans les implants d'embryons congelés, et

2) d'améliorer le rendement énergétique (au moyen de sciure et de déchets de bois) dans une centrale à vapeur existante. Communiquer avec CPCS Technologies Ltd. (voir coordonnées ci-dessus).

CUBA — IMEXPAL, l'organisme commercial d'État cubain chargé des importations relatives à l'industrie du bois de construction du pays, lance un appel d'offres pour l'acquisition d'une chaîne de finition complète de carton-panneau. La capacité de traitement doit être de 117 mètres cubes de carton-panneau d'une épaisseur de 19 mm en 24 heures. Les panneaux qui sortent de la presse mesurent 1 590 mm sur 3 180 mm, ils ont une épaisseur de 11,5 mm sur 48 mm et une densité de 400 à 750 kg/mètre cube. Mode de paiement : lettre de crédit irrévocable. Les fournisseurs éventuels peuvent obtenir des informations supplémentaires auprès de la section commerciale, ambassade du Canada, La Havane, Cuba, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa K1N 8T7. Tél. : 51-1586 (CAN CU).

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise qui conçoit et fabrique des transporteurs de charges sur véhicules recherche de la technologie (dans le cadre d'un accord de licence) pour la

fabrication de produits de maintenance de matériaux de charges et de services connexes. Joindre Harry Matthew Pollard, Marketing Director, PVH Handling Systems Limited, Redhills Road, Milton, Stoke-on-Trent, ST2 7ER England. Tél. : (0782) 537788. Télécopieur : (0782) 542207. Télex : 36250 Cham Com Stoke.

HONGRIE — Une coopérative de petite envergure recherche des investissements et des partenaires étrangers pour des travaux dans le domaine de l'ingénierie de l'outillage (l'entreprise détient un brevet pour un système de moulage coulé, préfabriqué), pour la fabrication et le montage de pièces de rechange en plastique ainsi que pour le nettoyage, la normalisation et l'essai hydraulique de déchets toxiques. Communiquer (mentionner le numéro de référence 90.1.0032 KC) avec

projets côtiers et extra-territoriaux tels que des raffineries et des usines pétrochimiques, le contrôle de l'environnement, des usines de noir de carbone et des usines d'hydrocarbures à carbone et sans carbone. Communiquer avec Steven Lau, Sembawang Holdings Pte Ltd., 456 Alexandra Road #07-00, NOL Building, Singapore 0511. Tél. : 272-2211. Télécopieur : 278-5755.

SINGAPOUR — Une entreprise de services et de fournitures désire importer des produits de traitement de l'eau pour les industries pharmaceutiques, alimentaires et de boissons. Communiquer avec Randy Yang, Marketing Manager, Jelen Supplies & Services, 50 East Coast Road #02-20, Roxy Square, Singapore 1544. Tél. : 447-4267. Télécopieur : 344-3206. Télex : RS 38295 JELEN.

SINGAPOUR — Des produits innovateurs sont recherchés par une société qui désire aussi importer des produits médicaux

jetables, du matériel médical, des étiquettes (identification/codage par barres) et des désélectrificateurs (aérosols et rubans antistatiques). Communiquer avec Francis Wee, Manager, Business Development, Holland Asia Engineering Co. Pte Ltd., 116 Lavender Street #03-08, Singapore 1233. Tél. : 292-8911. Télécopieur : 292-8411.

SINGAPOUR — Des accessoires reliés à la mode sont recherchés par Richard Ng, Sole Proprietorship, Bo-Jangle Trading, 203B Henderson Road #11-11, Henderson Industrial Park, Singapore 0315. Tél. : 278-8177. Télécopieur : 278-6402.

TURQUIE — Une entreprise commerciale désire importer de la grume de sciage fine (pin). Communiquer avec Zeki Dogantan, Orma Orman Mamulleri Ltd., Caglayan Park Sokak n° 34, Sisli, Istanbul, Turquie. Télécopieur : 90-1-141-1732.

URSS — Une société établie à Montréal recherche, dans le cadre d'un projet conjoint approuvé par le gouvernement soviétique, des capitaux à investir dans le développement de l'industrie textile du coton en URSS. Communiquer avec Alexandre Finkel, Louisiana Developments Inc. Tél. : (514) 486-7701. Télécopieur : (514) 486-8982.

Débouchés commerciaux

M. Kilian. INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorottya u 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-3160. Télécopieur : (361) 118-3732.

PAYS-BAS — Une société recherche des pièces, composantes et matériel canadiens pour systèmes à haute pression (billes valves, unités d'essai). Communiquer avec L. Voogd, vice-président, Sales, Hydroflex Hydraulics BV, P.O. Box 1548, 3260 Baoud Beijerland, Pays-Bas. Tél. : 011-31-1860-20777. Télécopieur : 011-31-1860-16007.

SINGAPOUR — Des disques lasers sont recherchés par Johnson Goh, Purchasing Manager, Cappi Laser(S) Pte Ltd., 89 Short Street #03-09, Golden Wall Centre, Singapore 0718. Tél. : 338-6033. Télécopieur : 339-8928/8929.

SINGAPOUR — Une société d'ingénierie désire importer des raccords de tuyaux en acier. Communiquer avec Stephen S.H. Tan ou Francis Lee, SJP Engineering Pte Ltd., 104 Boon Keng Road #05-06, Singapore 1233. Tél. : 296-8333. Télécopieur : 298-1538.

SINGAPOUR — Une entreprise recherche des partenaires ayant des capacités d'études de conception. Ces partenaires devraient participer à des

Le marché européen de l'aérospatiale offre des possibilités aux entreprises canadiennes

par Andrew Griffin

Les entreprises canadiennes d'aérospatiale peuvent profiter des possibilités que présente l'Europe de 1992 au moyen de cinq stratégies de base :

- le développement de produits de créneaux;
- le parrainage gouvernemental;
- l'établissement d'alliances stratégiques avec des sociétés européennes;
- la formation de consortiums; et
- la coopération dans le domaine de la recherche et du développement.

Un groupe de spécialistes de l'industrie a discuté des différentes options à la conférence « Europe en transition » coparrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieure Canada (AECEC) et par le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario. Un rapport établi sur la demande d'AECEC, qui porte sur l'Europe de 1992, le transport, l'aérospatiale et la défense, sera publié ce mois-ci.

Le marché européen

Le marché européen de l'aérospatiale, qui comprend un tiers de l'ensemble du marché mondial, a augmenté à un taux de 6,2 % de 1978 à 1988, alors que le taux de croissance du marché le plus grand au monde (les États-Unis) était de 4,6 % pendant la même période.

En 1988, la production totale de l'industrie aérospatiale aux États-Unis a atteint 88,7 milliards de dollars US, celle de la Communauté européenne (CE) 46,8 milliards de dollars et celle du Canada 4,8 milliards de dollars.

On prévoit une croissance prononcée et une concurrence accrue vu l'initiative du marché unique, des nouvelles données en Europe de l'Est et compte tenu que les Européens ont des visées de plus en plus mondiales. Les exportations de l'Europe dans l'aérospatiale ont doublé de 1981 à 1987.

Les autres facteurs intimement liés qui contribuent à l'intégration de l'industrie aérospatiale européenne sont notamment le développement de normes techniques et environnementales pan-européennes; les modifications des pratiques d'achat gouvernementales, de la politique en matière de concurrence et du droit des sociétés, le dérèglement du transport aérien, la coopération ac-

crue en recherche et en développement et la concurrence accrue au moyen d'économies d'échelle.

Les produits de créneaux

M. Robert Wohl, président de la Regional Jet Division de Canadair, a discuté de la stratégie de sa société en ce qui concerne l'Europe à la conférence « Europe en transition ».

Il y a dix ans, le marché d'avions de transport régional à réaction n'existait pas. Mais, entre le milieu de l'année 1989 et le milieu de l'année 1990, les avions de transport régional à réaction ont enregistré 21 millions d'embarquements, ce qui représente une augmentation de 61 % par rapport à la période précédente de douze mois.

Vu la nature distincte du marché européen au début du développement de son avion de transport régional à réaction, Canadair a mis au point deux versions de l'avion : un modèle nord-américain et un modèle européen.

M. Wohl a dit que le succès de l'avion de transport régional à réaction de Canadair, pour ce qui est de répondre aux besoins du marché européen, est illustré par les commandes accrues passées par DLT (une filiale de Lufthansa). La commande originale consistait en une commande ferme de 6 avions et une option de 6 autres avions. Actuellement, la commande consiste en une commande ferme de 13 avions et une option de 12 avions. La première livraison aura lieu en 1992.

Le parrainage gouvernemental

Les gouvernements européens ont traditionnellement participé dynamiquement à l'établissement de liens de coopération entre les divers secteurs de l'industrie. Par conséquent, les sociétés canadiennes doivent envisager de coopérer avec les gouvernements fédéral ou provinciaux pour accroître la coopération au sein de l'industrie, a dit M. Lorne Ellingson, un expert-conseil chez Ernst and Young.

Les consortiums

Nombre d'entreprises canadiennes sont trop petites pour réaliser les économies d'échelle nécessaires pour faire concurrence à leurs homologues européens. M. William Reil, président de l'Aerospace Consortium, a décrit

comment son consortium a été formé en 1984 par 5 sous-fournisseurs sur la base du partage de la gestion et des coûts.

Il a indiqué qu'il est important que les partenaires aient mutuellement confiance pour qu'un consortium soit couronné de succès. Ce type d'organisme permet aux sociétés membres de se faire mieux connaître, de réduire leurs coûts de commercialisation, de devenir plus concurrentielles et d'avoir accès à des projets plus importants.

A l'origine, l'Aerospace Consortium recherchait surtout des projets valables. Actuellement, il vise surtout à s'adapter pour participer aux projets disponibles.

Les filiales canadiennes des entreprises européennes

M. Jacques Battistella, vice-président au développement du commerce chez Aérospatiale, considère que l'industrie aérospatiale en Europe a déjà une envergure et une perspective internationales.

Cette mondialisation a été réalisée en trois étapes. D'abord, des concentrations nationales ont été créées. Puis, des entreprises conjointes pan-européennes ont permis de réaliser des concentrations transfrontalières. Enfin, la troisième étape de la concentration mondiale est très avancée.

Selon M. Battistella, le Canada est unique parce qu'il donne accès au marché nord-américain tout en étant plus proche aux plans culturel et psychologique de l'Europe que les États-Unis.

L'adhésion du Canada à l'Agence spatiale européenne, le statut de Canadair comme partenaire non européen principal d'Aérospatiale et le fait que Pratt and Whitney est le fournisseur principal de moteurs d'Aérospatiale quant aux avions de transport régional sont tous des exemples de la coopération entre l'Europe et le Canada.

La recherche et le développement

M. Ellingson a décrit le programme européen de recherche et de développement et a proposé que les entreprises canadiennes se renseignent sur les projets de recherche et de développement auprès d'entreprises individuelles ou de programmes-cadres comme moyen de pénétrer le marché à long terme.

Renseignements

Pour obtenir d'autres détails, ou pour
(Voir page 9: Aérospatiale.)

Une disquette vise à promouvoir l'exportation des cultures spéciales et des légumes secs du Canada

Les entreprises canadiennes du secteur agro-alimentaire ont la possibilité de se faire connaître et de faire la promotion de leurs produits et de leurs services pouvant être exportés à des clients éventuels dans le monde entier — et sans frais directs!

La Direction de l'agro-alimentaire (TAA) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) établira le profil de sociétés sur un nouvel ensemble de disquettes promotionnelles intitulé *Special Crops and Pulses for World Markets* (cultures spéciales et légumes secs destinés aux marchés extérieurs) — qui fournit à des acheteurs internationaux des renseignements sur les produits et les services pouvant être exportés.

Les disquettes seront distribuées par les ambassades et les consulats canadiens aux principales foires commerciales agro-alimentaires partout dans le monde ainsi qu'aux courtiers étrangers, aux entreprises de transformation des aliments et à d'autres utilisateurs de produits.

Pour être admissibles à l'inclusion dans cette base de données, les entreprises doivent être prêtes à exporter et énumérer le produit ou le service produit au Canada pouvant être exporté. Un profil de l'entreprise de deux ou trois paragraphes est une partie essentielle du questionnaire (pour obtenir

celui-ci, voir la fin de l'article).

Les disquettes promotionnelles fonctionnent sur la base d'une recherche de mot-clé; aussi, il est nécessaire d'inclure des mots-clés pertinents dans le profil (p. ex. lentilles Eston, moutarde orientale, haricots rouge foncé).

Le profil devrait comprendre :

- un aperçu de l'entreprise : le nombre d'années d'activités, l'importance des activités;
- un résumé des produits et des services : la description des produits et des services, accompagnée d'exemples d'utilisateurs;
- un résumé de l'activité de commercialisation : celui-ci doit indiquer les marchés géographiques desservis, les marchés les plus couronnés de succès et les activités commerciales; et
- un résumé de la priorité en matière de commercialisation : celui-ci doit indiquer, par ordre d'importance, les marchés visés.

La Direction de l'agro-alimentaire

La Direction de l'agro-alimentaire (TAA) de la Direction générale de l'agro-alimentaire, des produits de la pêche, des ressources et des biens de consommation d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) coordonne et organise les activités de promotion des exportations afin d'aider

les entreprises canadiennes à commercialiser leurs produits et leurs services agricoles à l'échelle internationale.

Les activités de TAA comprennent l'organisation de la participation de l'industrie à des foires commerciales internationales, des missions d'exploration de marchés extérieurs, des visites d'acheteurs au Canada, le parrainage de colloques et de conférences et la production d'études de marché.

Les délégués commerciaux de TAA possèdent un savoir-faire en commercialisation à l'échelle mondiale dans une gamme de produits, y compris les cultures spéciales, les légumes secs et les fourrages. Ils peuvent fournir des conseils et de l'aide en déterminant et en évaluant les marchés pour les produits et les services agricoles canadiens. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec TAA. Tél. : (613) 996-3644. Télécopieur : (613) 995-8384. Téléx : 053-3745. Indicatif : EXTERNALF.

On peut obtenir le questionnaire *Special Crops and Pulses for World Markets* auprès de M. R. Keith Munro, Section des produits agricoles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Les numéros de téléphone, de télécopieur et de téléx sont les mêmes que ceux indiqués au paragraphe ci-dessus.

AECEC examine le rôle du financement concessionnel

Affaires Extérieures et Commerce Extérieur Canada (AECEC) a commandé à la firme Bernier Management Consulting Inc. une étude économique stratégique sur le financement concessionnel à l'exportation en vertu de l'article 31 de la loi sur la Société pour l'expansion des exportations (SEE).

La direction du financement des exportations (TPF) d'AECEC désire obtenir une analyse rigoureuse des exportations qui échapperaient au Canada si le financement concessionnel n'était pas fourni.

Cette étude devra préciser les secteurs qui utilisent le plus souvent le financement concessionnel, les pays en déve-

loppement où les exportateurs ont connu du succès grâce à ce financement, les pays trop "gâtés" qui exigent ce financement.

Le ministère cherche également à connaître les pays pour le développement desquels ce financement sera critique au cours des cinq prochaines années, les conditions auxquelles feront face les exportateurs canadiens, l'importance de ce financement pour la stratégie commerciale globale du Canada et l'effet sur les exportations du Canada si ce type de financement venait à disparaître.

La SEE administre deux comptes de financement : son compte corporatif et

le compte du Canada qui finance les transactions que la SEE refuse de financer, en général à cause d'un risque trop élevé. Le compte du Canada fournit du financement concessionnel et du financement non concessionnel. En 1989-1990, le niveau de référence de ce financement était respectivement de 185\$ millions de 100\$ millions. Les demandes de financement en cours ont atteint le plafonds disponible.

Le financement concessionnel est offert par tous les pays membres de l'OCDE qui ont convenu qu'un tel financement doit couvrir au minimum 35 % d'un prêt, le solde étant couvert

(Voir page 7 : AECEC.)

Vendre des articles de sport en Finlande : c'est difficile

Les données suivantes ont été soumises par l'ambassade du Canada à Helsinki (Finlande) pour publication dans CanadExport.

Données sur le marché

On estime que le marché des articles de sport est d'environ 750 millions de dollars CAN par an, les parts des sports d'hiver et d'été étant presque égales.

En 1989, la Finlande a importé des articles de sport d'une valeur de 90 millions de dollars CAN dans le cadre du Système harmonisé, rubrique 9506. Au cours de la même année, la Finlande a exporté des articles de sport d'une valeur totale de 67 millions de dollars CAN.

En 1989, l'article importé le plus était les skis (12 millions de dollars CAN), les plus grands fournisseurs étant l'Autriche (8 millions de dollars CAN) et la France (1,5 million de dollars CAN).

Le plus grand groupe de produits importés était le matériel de gymnastique (13 millions de dollars CAN), les principaux fournisseurs étant Taiwan (2,6 millions de dollars CAN), l'Italie (2,3 millions de dollars CAN) et l'Allemagne (2 millions de dollars CAN). Le Canada a occupé la quatrième place avec 1,4 million de dollars CAN.

Y compris le 1,4 million de dollars CAN mentionné ci-dessus, le Canada a fourni à la Finlande, en 1989, des articles de sport d'une valeur totale de 3,8 millions de dollars CAN. Les patins étaient le plus grand groupe de produits canadiens (1,7 million de dollars CAN). Le reste, d'une valeur de 0,7 million de dollars CAN, qui était classifié comme « autres », consistait en produits tels que des planches à neige, des lunettes de natation, des sifflets d'arbitre et d'autres petits articles.

Le commerce des articles de sport

En Finlande, le commerce de gros et de détail d'articles de sport est organisé en cinq chaînes principales, ce qui est typique de l'ensemble des activités commerciales dans le pays. Ces cinq chaînes contrôlent 90 % de la distribution des articles de sport.

Ce sont, par ordre d'importance décroissante, avec la part du marché en pourcentage entre parenthèses, les suivantes :

Kesport Specialty Stores (33 %); Intersport (23 %); le S-Group (13 %); TUKO Sportia (13 %); le EKA Group (8 %). Toutes ces chaînes vendent par

l'intermédiaire de grands magasins, de magasins spécialisés ou d'autres types de magasins d'articles de sport. Les autres 10 % du marché consistent en ventes directes par les fabricants et les importateurs à des clubs, à des équipes et à d'autres entités.

Procédures commerciales

Les fabricants canadiens d'articles de sport doivent avoir un distributeur en Finlande pour réussir à vendre leurs produits aux cinq chaînes principales. Les chaînes n'importent pas directement. Le distributeur prend les commandes de chacun des magasins membres et leur livre les produits directement. Les factures sont envoyées au siège social des magasins membres. Le siège social paie la facture, obtient un escompte et perçoit, par la suite, le paiement des magasins membres.

En ce qui concerne les articles de sport, il n'existe pas de normes de sécurité applicables commettelles. La loi sur la responsabilité des produits n'a été mise en vigueur qu'il y a quelques années et les incidences de cette loi se feront ressentir bientôt dans le domaine des articles de sport. En général, ce qui est acceptable au Canada l'est aussi en Finlande.

Les droits à l'importation des articles de sport provenant de l'extérieur de l'Europe sont de 6,2 % pour les skis, les patins et les bâtons de hockey. Pour tous les autres articles, les droits sont de 4 %. En ce qui a trait à tous les articles de sport importés, on perçoit une taxe de péréquation à l'importation de 2,2 % ou de 1,5 %. En outre, on perçoit une taxe de vente de 21,21 % au point d'importation. Pour ce qui est des articles de sport, il n'existe pas de quotas sur les barrières non tarifaires en Finlande.

L'anglais est une langue commerciale courante. Les langues du pays sont le finnois et le suédois; elles devraient être utilisées sur les étiquettes des produits et l'emballage à la consommation. L'anglais peut être utilisé pour le matériel de promotion et des traductions pourraient être effectuées en finnois.

Sélection

Dans chaque chaîne et magasin, la sélection d'articles de sport varie selon le milieu (dans les villes qui abritent les meilleures équipes de hockey, l'équipement de hockey se vend très bien; dans les villes rurales, ce sont les skis et les bâtons de ski de fond qui

sont recherchés).

Le goût personnel est le facteur déterminant dans le choix du produit — le pays d'origine n'est pas décisif; le prix et la qualité doivent être directement proportionnels à l'usage prévu.

Fourniture

Traditionnellement, les articles de sport étaient fournis par des fabricants locaux ou intérieurs. Dans les années 50, les restrictions en matière d'importation ont été supprimées; toutefois, les fabricants intérieurs continuent à dominer le marché.

L'industrie intérieure, qui ne produit que de petites quantités, n'est plus rentable en raison de la concurrence des produits importés. Ainsi, par exemple, on a cessé de produire des patins en Finlande, ce qui a ouvert le marché à la concurrence canadienne. L'industrie intérieure continue à fabriquer du matériel pour les sports favoris : le ski de fond, le hockey sur glace et l'athlétisme.

Les bottes et les ballons de soccer sont importés, de même que le matériel de tennis, de golf et de basketball. Les espadrilles et les survêtements sont fabriqués localement et importés.

Les acheteurs d'articles de sport finlandais visitent souvent les foires commerciales principales en Europe; parmi celles-ci, ISPO à Munich est la plus importante. Il n'existe pas de foires commerciales internationales pour les articles de sport en Finlande.

En Finlande, le marché des articles de sport est très concentré et les clients ne sont pas nombreux.

Toutefois, la section commerciale de l'ambassade du Canada à Helsinki est prête et disposée à effectuer des études de marché plus détaillées (que celle présentée dans cet article) pour le compte de tout fabricant canadien d'articles de sport.

Des itinéraires individuels sont faciles à organiser pour des fabricants canadiens de produits commercialisables, et l'ambassade peut établir des contacts avec des distributeurs éventuels.

Renseignements

Pour tout renseignement, communiquer avec l'ambassade du Canada, section commerciale, Etelaesplanadi 25 B, C.P. 779, 00101 Helsinki. Tél. : 358-0-171141. Télécopieur : 358-0-601060. Télex : 121363 DMCNH SF.

Libéralisation du commerce en Australie : meilleur accès au marché

Le 12 mars 1991, le gouvernement australien a annoncé un vaste programme économique visant à rendre l'Australie plus concurrentielle, en partie, en réduisant les tarifs et les taxes et en éliminant les quotas.

Ces mesures, lorsqu'elles seront prises, facilitera l'accès du marché australien aux exportateurs canadiens.

Voici les traits saillants de la déclaration économique :

Réduction des taux tarifaires

- Les taux généraux seront réduits de 10 à 15 % en 1991, puis jusqu'à 5 % d'ici 1996;
- les taux sur les automobiles seront réduits jusqu'à 15 % d'ici l'an 2000;
- les taux sur les textiles, les vêtements et les chaussures ne dépasseront pas 25 % d'ici l'an 2000 (les quotas seront éliminés d'ici le 1^{er} mars 1993); et
- le système généralisé de préférences pour Singapour, Taiwan, Hong Kong et la Corée du Sud sera progressivement éliminé d'ici le 1^{er} juillet 1992.

Modifications relatives aux taxes

- Les activités commerciales des fabricants seront exemptes des taxes de vente;
- la taxe sur les voitures de luxe sera réduite à 30 %;
- les taux de dépréciation des biens de production seront révisés; et
- les dépenses relatives à l'environnement seront entièrement déductibles sur une période de dix ans.

Achats compensatoires

Les obligations relatives aux achats compensatoires seront plus souples. Les détails concernant cette nouvelle politique seront publiés.

Renseignements

Pour plus de renseignements sur la libéralisation du commerce en Australie, communiquer avec M. R. Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

Le Bureau de promotion du commerce Canada

Le Bureau de promotion du commerce Canada (BPCC) vise à aider les pays en voie de développement à devenir les partenaires commerciaux du Canada.

Ce bureau aide, de façon pratique, ces pays à promouvoir leurs exportations au Canada.

En vendant davantage au Canada, ils pourront générer des devises, ce qui leur permettra à leur tour d'acheter des produits et des services canadiens.

Fondé en 1980 et entièrement financé par l'Agence canadienne de développement international (ACDI), le BPCC travaille en étroite collaboration avec les exportateurs des pays en voie de développement et leurs représentants commerciaux accrédités au Canada.

Le BPCC tient une banque de données renfermant une liste d'importateurs et d'exportateurs, ainsi que la liste de leurs produits, et il diffuse parmi les importateurs canadiens des offres détaillées des pays clients, par l'intermédiaire du bulletin trimestriel *FLASH* qui fournit également des renseignements sur les manifestations à venir dans les pays en voie de développement.

Les autres activités parrainées ou organisées par le BPCC comprennent, entre autres : des délégations commerciales au Canada, des missions d'achat à l'étranger, la participation à des foires commerciales, des colloques sur les débouchés au Canada, des sources d'approvisionnement, des colloques d'information commerciale, un film sur le marché canadien, et des études de marché.

Voici quelques uns des plus de 100 pays visés par le BPCC : l'Algérie, la Bolivie, la Chine, le Congo, l'Égypte, l'Inde, le Pakistan, le Sénégal, Singapour, le Venezuela, et la Zambie.

Pour tout renseignement, communiquer avec le Bureau de promotion du commerce Canada, 56, rue Sparks, bureau 500, Ottawa (Ont.) K1P 5A9. Tél. : (613) 233-3925. Télécopieur : (613) 233-7860. Télex : 053-3315 TRAFAL OTT.

La SEE renouvelle des lignes de crédit avec Israël

Les exportateurs canadiens de biens et de services vers Israël pourront bénéficier de crédits de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) totalisant 30 millions de dollars. La SEE vient de renouveler trois lignes de crédit de 10 millions de dollars chacune, établies respectivement avec la Banque Hapoalim B.M., la Banque Leumi Le Israël et la United Mizrahi Bank Ltd.

Une transaction qui s'effectue sous une ligne de crédit de la SEE peut être financée jusqu'à 85 % de sa valeur. La SEE paie l'exportateur au nom de l'acheteur et se charge ensuite de recou-

vrir le montant auprès de ce dernier ou de l'emprunteur.

La SEE offre des services d'assurance-crédit à l'exportation, des prêts, des garanties et d'autres services financiers pour favoriser le commerce extérieur du Canada.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le financement offert par la SEE ou sur les critères d'admissibilité qui s'y rapportent, communiquer avec un de ses bureaux régionaux situés à Halifax, Montréal, Ottawa, Toronto, London, Winnipeg, Calgary et Vancouver.

AECEC — (Suite de la page 5.)

par du crédit commercial.

Pour sa part, AECEC prépare sa propre étude sur les objectifs commerciaux, les instruments de financement concessionnels, les procédures d'évaluation et les intentions futures des huit pays qui concurrencent le plus souvent le Canada dans ses exportations vers les pays en voie de développement.

Les résultats de ces études sont attendus à la fin du mois.

Calendrier des foires 1991-1992 en Amérique latine, dans les Antilles

L'Amérique latine et les Antilles sont des destinations importantes des produits et des services canadiens, les exportations de marchandises ayant dépassé 2,5 milliards de dollars en 1990.

Dans la région, le Mexique, le Brésil, le Venezuela, la Colombie, le Chili, Cuba et Puerto Rico sont les partenaires les plus importants du Canada, et l'on prévoit que les exportations vers ces pays continueront à augmenter au cours des années 1990.

Les efforts d'intégration économique régionale — en particulier, la possibilité de l'entente commerciale trilatérale entre le Canada, les États-Unis et le Mexique —, ainsi que les démarches vers la libéralisation du commerce dans la partie du Cône (sud), en Amérique centrale et dans les pays andins sont tous de bon augure pour l'accroissement des activités commerciales et des investissements sur les marchés régionaux.

Le Canada commence déjà à observer les incidences des récentes réformes économiques mises en oeuvre par les gouvernements régionaux.

Par exemple, les exportations canadiennes au Chili ont augmenté de plus de 70 % en 1990, et ce pays occupe le deuxième rang — après le Brésil — pour ce qui est des investissements canadiens à l'étranger, qui dépassent actuellement 1 milliard de dollars US.

Des échanges commerciaux accrus et des liens d'investissement plus étroits avec le Venezuela, la Colombie, le Mexique, le Brésil et l'Argentine favorisent aussi l'expansion des intérêts commerciaux canadiens sur les marchés importants de l'Amérique latine.

Les entreprises canadiennes (fournisseurs traditionnels de produits et de services nécessaires au développement de la région) devraient continuer à étendre leur participation à des secteurs tels que les produits agricoles et alimentaires, l'énergie, les télécommunications, les ordinateurs et les logiciels, le transport, le pétrole et le gaz, le matériel industriel et les services d'ingénierie spécialisés.

A Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), le Programme de promotion du commerce de la Direction de la promotion du commerce en Amérique latine et dans les

Antilles a pour objet de soutenir ces efforts dans le domaine de l'exportation et de maximiser les possibilités de vente des produits et des services canadiens dans les secteurs prioritaires.

Le Mexique, le partenaire commercial le plus important du Canada, sera le centre d'activités, et d'autres activités sectorielles seront entreprises sur les marchés d'Amérique du Sud, d'Amérique centrale et des Antilles.

Parmi les activités principales prévues pour 1991-1992, le Canada participera avec un pavillon aux foires commerciales suivantes (une augmentation d'environ 30 % par rapport à la participation canadienne en 1990-1991).

Pour plus d'informations sur ces manifestations (énumérées par ordre chronologique à l'intérieur des secteurs figurant par ordre alphabétique), joindre M. Paul Schutte, Foires et Missions, Secteur de l'Amérique latine et des Antilles (LGB). Tél. : (613) 995-5358. Télécopieur : (613) 996-0677.

Aérospatiale

- Fidae 92 — Santiago, Chili — Mars 1992.

Agriculture—Bétail et Matériel génétique

- National Agricultural Exhibition — San Fernando, Trinidad/Tobago — Juin 1991.
- Agro Expo 91 — Bogota, Colombie — Juillet 1991.
- Prado Agro 91 — Montevideo, Uruguay — Août 1991.
- Expoiner 91 — Puerto Alegre, Brésil — Août/Septembre 1991.
- Expotiba 91 — Curitiba, Brésil — Octobre 1991.
- Techno Agro 91 — Sao Paulo, Brésil — Novembre 1991.
- Exposicion Latino Americana de La Industria Agropecuaria — Maracaibo, Venezuela — Avril 1992.
- Food/Food Services Expo 92 — San Juan, Porto Rico — Avril 1992.
- International Dairy Breeds Expo — Buenos Aires, Argentine — Avril 1992.

Communications—Matériel, Ordinateur

- Com Expo Brazil 91 — Rio de Janeiro, Brésil — Août 1991.
- Com Expo Venezuela 91 — Caracas, Venezuela — Septembre 1991.

- Inforven 91 — Caracas, Venezuela — Septembre 1991.
- Informatica 91 — Rio de Janeiro, Brésil — Septembre 1991.
- Com Expo Guadalajara 91 — Guadalajara, Mexico — Septembre 1991.
- Caribecom 91 — San Juan, Porto Rico — Octobre 1991.
- Com Expo Mexico — Ville de Mexico — Mars 1992.

Forêt—Abattage, Matériel et Services

- Expocorma 91 — Concepcion, Chili — Novembre 1991.

Mines—Matériel et Services

- Exposibram '91 — Brasilia, Brésil — Août 1991.
- Mexican Mining Congress — Acapulco, Mexico — 16-19 octobre 1991.

Outils d'usinage

- Maquinamex '91 — Mexico D.F., Mexico — 18-21 juin 1991.

Pétrole—Matériel et Services

- Society of Petroleum Engineers of Trinidad/Tobago Exposition — Port-of-Spain, Trinidad — 26-28 juin 1991.
- World Petroleum Congress — Buenos Aires, Argentine — Septembre 1991.
- Unitar 91 — Caracas, Venezuela — Date à préciser.

Plastique—Fabrication, Matériel et Services

- Plast-Imagen 91 — Mexico D.F., Mexico — Octobre 1991.

Santé—Produits et Services

- Salud Para Todos 92 — La Havane, Cuba — Avril 1992.

Tourisme—Matériel et Services

- Technotur '91 — La Havane, Cuba — 20-26 mai 1991.

Foires et Salons généraux

- Fisa '91 — Santiago, Chili — 30 octobre-10 novembre 1991.
- Havana International Fair — La Havane, Cuba — Novembre 1991.
- Hardware/Houseware Show of the Caribbean — San Juan, Porto Rico — Février 1992.
- Salon canadien — Monterrey, Mexico — Mars 1992.
- EXPO COMER '92 — Panama City, Panama — Mars 1992.

Aérospatiale (Suite de la page 4.)

obtenir un exemplaire de son rapport intitulé *L'Europe de 1992 et l'industrie aérospatiale ontarienne*, communiquer avec le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario au (416) 965-9711.

Pour plus de renseignements sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne (REM) d'AECEC au (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

M. Griffin est conseiller en communication auprès de REM.

Le Chili recherche du matériel et de la technologie

Les entreprises canadiennes capables de fournir des machines, de la technologie et des produits intermédiaires au Chili devraient agir maintenant.

Le pays, qui avait des politiques très protectionnistes, est devenu plus axé sur l'exportation; il recherche des services et des systèmes qui amélioreront son efficacité industrielle et sa productivité, lui permettant d'être plus concurrentiel sur les marchés extérieurs.

Débouchés

Les entreprises canadiennes ont de bonnes possibilités de fournir de tels systèmes et de la technologie pour aider à améliorer les secteurs suivants :

- les meubles et les accessoires;
- le papier et l'impression;
- les minéraux autres que les métaux et les produits chimiques (méthanol, urée, engrais et produits chimiques destinés à l'exploitation minière et au traitement du bois);
- les vêtements; et
- les produits alimentaires reliés à l'agriculture d'affaires, le boeuf et les produits laitiers.

On s'attend à ce que les secteurs suivants offrent des possibilités moyennes : les boissons, les appareils ménagers, le matériel de transport, les machines électriques, les chaussures et les produits métalliques.

On prévoit que les secteurs qui offriront peu de possibilités seront les textiles autres que les vêtements, le caoutchouc, les industries de l'acier de

Nouvelles mesures en Argentine et en Uruguay d'intérêt aux exportateurs canadiens

Des mesures économiques, y compris la modification des tarifs douaniers en Argentine, pourraient encourager les producteurs canadiens à exporter leurs produits vers ce pays.

Des avantages semblables pourraient découler des changements apportés récemment aux droits à l'importation en Uruguay.

Argentine

Le 1^{er} avril 1991, l'Argentine a modifié les taux de droits à l'importation sur 11 734 articles. Le résultat, c'est que seuls trois taux de droits à l'importation (22 %, 11 % et exempt de droits) s'appliquent aux produits importés par le pays.

Voici un résumé des produits touchés par chaque niveau de tarif :

- Un tarif de 22 % est perçu sur les produits à haute valeur ajoutée, tels que les biens de production, l'habillement, les produits en acrylique, les tubes sans soudure et les pièces d'automobile.
- Un tarif de 11 % est perçu sur les produits intermédiaires tels que le fer et l'acier, le papier et l'emballage en papier d'aluminium, le matériel pétrochimique (PVC et polyéthylène), les produits alimentaires transformés (huile, produits laitiers, farine et aliments en conserve).
- Les produits exempts de droits sont notamment les biens de production non fabriqués en Argentine, les matières premières qu'on ne trouve pas en Argentine et les matières premières produites localement avec une balance commerciale à l'exportation positive (p. ex. le boeuf, et les céréales).

Il faudrait noter que les importations sont aussi assujetties aux droits supplémentaires suivants : 3 % pour la collecte de statistiques, 0,5 % pour la promotion des exportations et 16 % de taxe à la valeur ajoutée (TVA) qui s'applique aussi aux produits du pays.

En outre, à compter du 8 mars 1991, tous les droits spécifiques ont été éliminés et remplacés par des droits ad valorem.

Parmi les industries qui peuvent être touchées par ces changements figurent les producteurs de minerai de fer et les fabricants d'appareils de télévision, de jouets, de coussinets, de magnétoscopes, de denims, de béton armé, de pâte de bois, de papier, de produits pétrochimiques, de combustibles, de produits alimentaires et de produits de soins de santé.

Uruguay

Le 6 mars 1991, le président de l'Uruguay a annoncé la suppression temporaire des droits à l'importation sur les machines, le matériel technique et certaines matières premières. Cette mesure sera en vigueur jusqu'au 30 juin 1992.

Le gouvernement de l'Uruguay considère que cette mesure était nécessaire pour aider l'industrie locale à se ré-équiper pour qu'elle puisse faire mieux face à la concurrence accrue de la part du Brésil et de l'Argentine.

Renseignements

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les tarifs ou sur l'accès au marché dans les pays de l'Amérique latine et des Antilles, communiquer avec M. Tom Bearss, Secteur de l'Amérique latine et des Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 996-0677.

base et de métaux non ferreux de base ainsi que le raffinage du pétrole.

Pour obtenir des informations supplémentaires sur les possibilités au Chili, communiquer avec M^{me} Denise Jacques, Direction de l'expansion du

commerce en Amérique du Sud et au Mexique (LST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 996-0677.

Foires commerciales internationales

Uncertain nombre de foires internationales auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas — mais auxquelles pourraient s'intéresser des entreprises canadiennes — ont lieu à l'échelle internationale. En voici quelques-unes.

• **LIGNA Hanovre** — du 8 au 14 mai — Hanovre (Allemagne). Foire commerciale pour les industries du bois et des produits forestiers. Elle comprend les machines et le matériel de pointe utilisés dans la production du bois d'oeuvre, du bois de construction et d'autres produits en bois. Communiquer avec le représentant canadien, Co-Mar Management Services, Inc., 366 est, rue Adélaïde, bureau 339, Toronto, M5A 3X9. Tél. : (416) 364-5352. Télécopieur : (416) 364-6557.

• **Exposition internationale de meubles, de lampes décoratives et de matériaux de construction** — du 18 au 22 juillet — Taipei, Taiwan. C'est une exposition internationale qui comporte tous les types de meubles (y compris les meubles d'agrément et d'extérieur) en marbre, en cuir, en plastique, en bois, en bambou, en rotin ou en métal. Elle comprend aussi des lampes et des accessoires d'éclairage pour les maisons, l'extérieur ou les bureaux, ainsi que du matériel décoratif, y compris la tapisserie, les tentures, les rideaux et les tapis. Communiquer avec Chan Chao International Co., Ltd., 11F, n° 11, Nan-King East Road, Section 2, Taipei, Taiwan. Télécopieur : 886-2-562-2700. Tél. : 886-2-523-0130.

• **Exposition nationale d'horticulture** — du 3 au 8 octobre — Poznan (Pologne). Cette exposition, qui est ouverte aux exposants internationaux, comprend surtout des fleurs, des conifères, des plantes, des légumes, des fruits, des aliments séchés, des fines herbes et du matériel de pépinière. Envoyer, d'ici le 3 mai, une demande à Poznan International Fair, ul. Glogowska 14, 60-734 Poznan, Pologne. Télécopieur : 66-58-27 TARGI PL. Télex : 413251 targ pl.

• **TAROPAK '91** — du 3 au 8 octobre — Poznan (Pologne). Cette foire commerciale internationale biennale de l'emballage, de l'entreposage et de la manutention comporte des machines et des matériaux d'emballage ainsi que des technologies de conception et d'emballage. Envoyer, d'ici le 3 mai, une demande à la même adresse que dans l'annonce relative à la Pologne, ci-dessus.

Foire du tourisme à Cuba

La Havane — Il ne reste pas beaucoup de temps aux entreprises qui désirent participer sur les lieux; toutefois, les sociétés canadiennes qui voudraient explorer le marché du tourisme cubain peuvent encore présenter la documentation relative à leurs produits au kiosque d'information à la foire commerciale Tecnotur '91 Trade Show, qui se tiendra du 20 au 26 mai.

Cuba, qui aggrandit ses installations touristiques (30 000 nouvelles chambres d'hôtel d'ici l'an 2000), prévoit importer des produits et des services reliés au tourisme (d'une valeur qui dépassera 500 millions de dollars US d'ici l'an 2000). Ce qui est plus important, c'est que ce pays considère que le Canada est un fournisseur éventuel — pas seulement de produits et de services, mais aussi de savoir-faire nécessaire dans le domaine de l'infrastructure de la construction d'hôtels.

On prévoit que plus de 150 entreprises étrangères de plus de 25 pays participeront à Tecnotur '91 Trade Show, qui permettra de rencontrer des acheteurs cubains et d'effectuer le suivi auprès de ces derniers, d'engager des discussions directes avec eux et d'évaluer la concurrence internationale.

Les parties intéressées devraient envoyer la documentation relative à leurs produits (de 40 à 50 exemplaires) ou des échantillons à la section commerciale, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa K1N 8T7.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les coûts de participation, etc., communiquer avec M. George Sibley, Direction de l'expansion du commerce dans les Antilles et en Amérique centrale (LCT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 996-0677.

Exposition sur les systèmes hydrauliques en Pennsylvanie

Philadelphie — Pour la cinquième année consécutive, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera, avec un pavillon national et un centre d'information commercial, à l'American Water Works Association Exposition and Conference (AWWA) qui se tiendra dans cette ville de Pennsylvanie du 23 au 26 juin 1991.

On recherche déjà des entreprises pour cet événement — une exposition pour les sociétés qui fournissent du matériel de traitement des eaux, du matériel et des systèmes de distribution, du matériel de contrôle des eaux usées et des raccords. Il reste encore des places pour des entreprises admissibles.

La participation annuelle du Canada à l'AWWA continue à améliorer la réputation du pays comme excellent fournisseur à l'industrie d'approvisionnement en eau. Elle permet aussi à des entreprises canadiennes de réaliser des ventes.

À l'AWWA de l'année dernière, qui s'est tenue à Cincinnati, 10 exposants canadiens, parmi plus de 400 sociétés participantes, ont réalisé des ventes d'environ 7,2 millions de dollars sur une période de 12 mois. Cette foire a attiré 11 000 visiteurs professionnels (des responsables de services publics hydrauliques, des représentants de fabricants, des experts-conseils et des fonctionnaires).

Les produits et les services qui seront exposés à AWWA '91 appartiendront à des catégories telles que la purification, le pompage, le traitement chimique, la transmission et la distribution pour la conservation des réserves d'eau propre.

Les entreprises désirant participer à AWWA '91 (le droit de participation au pavillon national est monté à 1 800 \$ en raison des nouvelles mesures de recouvrement des coûts) devraient contacter M^{me} Jessie Inman ou M. Donald Marsan, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

Le Certificat d'origine de l'exportateur : modification à la politique

Dans certains cas, il n'est plus indispensable pour les exportateurs de remplir la zone 3 du Certificat d'origine de l'exportateur (COE).

Revenu Canada (Douanes et Accise) informe les exportateurs d'une modification à la politique visant la zone 3 du Certificat d'origine de l'exportateur dans le cadre de l'Accord de libre-échange (ALE) Canada-États-Unis.

La zone 3 du Certificat identifie le destinataire ou l'importateur officiel pour ce qui est des marchandises faisant l'objet d'une certification. Les renseignements figurant à cette zone sont utilisés par l'exportateur et les Douanes afin d'identifier les marchandises qui peuvent bénéficier des avantages prévus dans l'ALE.

Puisque la raison sociale complète et l'adresse du destinataire ou de l'importateur sont déjà obligatoires au Canada et aux États-Unis depuis l'entrée en vigueur de l'ALE (1^{er} janvier 1989), l'administration douanière des deux pays juge que dans certains cas cela répond déjà aux exigences de la zone 3 sur l'identité du destinataire ou de l'importateur officiel.

Par conséquent, un COE sur lequel la zone 3 n'a pas été remplie sera acceptée par les Douanes canadiennes.

Cependant, l'exportateur est le seul responsable de l'admissibilité certifiée concernant le traitement de l'ALE des marchandises, et ce, aux termes de la législation intérieure du pays exportateur. Il incombe à l'exportateur de s'assurer que le COE s'applique seulement aux marchandises qui sont admissibles à l'origine territoriale.

Si l'exportateur préfère de restreindre l'applicabilité du COE à un ou plusieurs destinataires ou importateurs, ceux-ci doivent être identifiés dans la zone 3. Alors le COE s'appliquerait seulement aux marchandises exportées à un destinataire ou importateur particulier, et la responsabilité de l'exportateur serait restreinte à ces marchandises en particulier.

Pour tout renseignement sur ces questions, communiquer avec Mme Laura J. Thornhill, Service de la détermination de l'origine, Direction des programmes douaniers, Revenu Canada, Douanes et Accise, Ottawa (Ont.) K1A 0L5. Tél.: (613) 957-8701. Télécopie : (613) 954-2224.

Le Canada déçu de la décision des États-Unis de créer un comité pour contestation extraordinaire dans l'affaire du porc

Le Canada est déçu de la décision prise le 29 mars par la représentante au Commerce des États-Unis, M^{me} Carla Hills, de demander la création d'un Comité pour contestation extraordinaire.

Ce comité examinera la décision rendue le 22 janvier par un groupe spécial établi en vertu de l'Accord de libre-échange (ALE) pour régler le différend canado-américain sur le porc frais, frigorifié et congelé.

L'article 1904 de l'ALE ne permet la contestation extraordinaire de la décision d'un Groupe spécial que dans les cas où une des parties fait valoir que celui-ci s'est rendu coupable d'inconduite grave, s'est considérablement écarté d'une règle fondamentale de procédure ou a manifestement outrepassé ses pouvoirs. En outre, l'acte qui a entraîné la contestation doit avoir sensiblement influé sur la décision du Groupe spécial et menacer l'intégrité du processus d'examen binational.

Selon le ministre du Commerce extérieur, M. John C. Crosbie, « De l'avis du Canada, rien ne justifie une contestation extraordinaire dans cette affaire. »

Le Groupe spécial a conclu à l'una-

nimité le 22 janvier que la conclusion de la U.S. International Trade Commission (ITC), selon laquelle les importations de porc canadien menacent l'industrie américaine, n'était pas fondée. Conformément à la décision du Groupe spécial, l'ITC a annulé sa conclusion le 12 février. Si elle avait été appliquée, la décision du Groupe spécial aurait entraîné l'abrogation de l'ordonnance de droits compensatoires, la cessation de la perception de droits de douane et le remboursement aux exportateurs canadiens de porc des droits de douane d'environ 17 millions de dollars déjà payés.

Le U.S. National Pork Producers Council a soutenu que le Groupe spécial avait outrepassé ses pouvoirs; la représentante américaine au Commerce a donc accédé à sa demande de création d'un Comité pour contestation extraordinaire. M. Crosbie a réitéré sa déception en ces mots : « Autoriser une telle contestation dans les circonstances actuelles va à l'encontre de l'esprit et de la lettre de l'ALE. Nous avons fait valoir ces arguments auprès du gouvernement américain et nous les présenterons au Comité pour contestation

extraordinaire. »

Le Comité pour contestation extraordinaire (il doit être institué dans les quinze jours suivant la présentation d'une demande) compte trois membres choisis à partir d'une liste établie par les deux gouvernements et composée de dix juges à la retraite, cinq Canadiens et cinq Américains. Le Canada et les États-Unis nomment chacun un membre, et ceux-ci s'entendent sur le choix du troisième ou, au besoin, le désignent par tirage au sort.

Les décisions du Comité sont exécutoires. Le Comité peut confirmer ou infirmer la décision du Groupe spécial, ou la lui renvoyer pour décision qui ne soit pas incompatible avec la sienne propre. Normalement, le Comité rend sa décision dans les trente jours suivant la date de son institution.

Pour obtenir un exemplaire de documents publics connexes, s'adresser au Secrétariat binational de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, Section canadienne, Édifice de la Banque Royale, 90, rue Sparks, bureau 705, Ottawa (Ont.) K1P 5B4. Tél. : (613) 992-9388. Télécopieur : (613) 992-9392.

AU CALENDRIER

Montréal—6 mai— Congrès annuel de l'Institut des Conseillers en Management du Québec. Thème: Nouvelles réalités politiques ... Nouvelles exigences de gestion. Communiquer avec la permanence de l'Institut. Tél.: (514) 395-2313. Télécopieur: (514) 876-1502.

Saskatoon—3-8 juin— Waterscapes '91 - Conférence et exposition internationales sur la gestion de l'eau pour un environnement viable. Organisée pendant la Semaine de l'environnement, cette manifestation réunira des cadres internationaux, des spécialistes de l'eau, des scientifiques et des experts-conseils, qui discuteront des questions clés dans le domaine de l'environnement. L'exposition comportera des innovations et des débouchés commerciaux. Communiquer avec Murray Osborn, Waterscapes. Tél.: (306) 373-0989. Télécopieur: (306) 373-3778.

Toronto/Montréal/Vancouver — 6-14 juin — L'entreprise conjointe et la coopération technique — Mission au Canada d'une délégation de gens d'affaires indiens. Communiquer avec R.N. Banerjee, Conseil commercial Canada-Inde (CCCI), Programme de promotion de l'entreprise conjointe. Tél.: (613) 233-6264. Télécopieur: (613) 238-7643. Ou avec Patrice Dallaire, CCCI, Chambre de commerce du Canada. Tél.: (613) 238-4000.

Calgary — 14 juin — Alberta Aerospace Show. Communiquer avec Monika Burchardt, Alberta Aerospace Association. Tél.: (403) 453-6231. Télécopieur: (403) 454-9747.

St. John's — 18-20 juin — Offshore Newfoundland '91 - 7^e conférence et exposition internationales sur l'extraction du pétrole en mer et sur terre. Communiquer avec Atlantic Expositions Ltd., Gander. Tél.: (709) 651-3315. Télécopieur: (709) 256-4051.

Publications

Publications d'AECEC

Les publications suivantes sont disponibles auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Viennent de paraître

Le document intitulé *Europe 1992 : Rapport du Groupe de travail sur les normes, les essais et la certification* (n°29F) résume, à l'intention des entreprises canadiennes, les répercussions de la politique de la Communauté européenne en ce qui concerne les normes techniques. Le Groupe de travail détermine le niveau d'accès au marché pour le Canada par l'analyse de la loi actuelle et imminente qui touche certains produits canadiens, y compris les produits chimiques, les produits environnementaux, l'équipement et les services, les produits de la pêche et les produits alimentaires, les produits forestiers, les machines et l'équipement, les viandes, les minerais et les métaux, les véhicules motorisés, les produits pharmaceutiques et le matériel de télécommunication.

Le document intitulé *Rapport sur le marché japonais de la roque de hareng assaisonnée (Agitsuke Kazunoko)* (32TB) fournit des renseignements sur les possibilités qui s'offrent aux producteurs canadiens de la roque de hareng sur la côte est. La roque est transformée et assaisonnée au Japon; elle devient l'Agitsuke Kazunoko, un mets délicat actuellement très recherché. Compte tenu des différentes préférences régionales et des goûts au Japon, le rapport donne une bonne idée sur la manière d'aborder le marché.

Autres publications

Agenda World : Worldwide Edition est une publication trimestrielle qui fournit des informations sur plus de 2 500 foires commerciales, conférences et expositions internationales qui mettent en vedette des centaines de produits et de services. La publication est divisée en cinq sections (produits et services, emplacements, mots clés, manifestations et organisateurs) en vue de simplifier la recherche de sujets précis. Les exemplaires coûtent 50 \$ par numéro trimestriel ou 175 \$ pour un abonnement annuel. Pour obtenir un exemplaire ou s'abonner, s'adresser à l'Agenda mondial, C.P. 82, St-Jérôme (Québec) J7Z 5T7. Tél.: (514) 923-3572. Télécopieur: (514) 426-8447. Pour ce qui est des exemplaires individuels, préciser s'il s'agit du numéro actuel ou du numéro de juillet, d'octobre, de janvier ou d'avril.

Mise à jour

Le nouveau numéro de téléphone de l'ambassade du Canada à Port-au-Prince (Haïti) est le (011-509-2) 3-2358.

Les personnes habitant dans la région dont le code régional est 613 et qui désirent obtenir des renseignements sur le remboursement aux fins de la TPS en ce qui concerne les visiteurs d'affaires, devraient téléphoner au (613) 991-3346. Le numéro qui figurait dans le *CanadExport* du 15 mars, vol. 9, n°5 comportait une erreur.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société anonyme des postes / Canada Post Corporation
Post paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°9

15 mai 1991

Services d'évaluation du crédit offerts par les délégués commerciaux à l'étranger

Sur demande, les délégués commerciaux à certaines missions tenteront d'obtenir, à l'intention de firmes canadiennes, des informations sur le crédit d'entreprises situées sur leur territoire, par l'entremise d'agences d'évaluation de crédit, de banques et autres.

La mission enverra aux sociétés canadiennes une facture pour le coût entier du rapport; la facture peut aussi être envoyée directement pas l'agence d'évaluation. Dans de nombreux cas, on peut se procurer l'information sur le crédit auprès des bureaux de Dun & Bradstreet (D&B) Canada. Les missions qui réfèrent les entreprises à D&B Canada sont indiquées en conséquence.

Le résumé suivant ne sert que de guide aux services d'évaluation du crédit. Après avoir vérifié si le service est disponible, les exportateurs devraient contacter directement la mission voulue pour obtenir des détails sur le contenu et le coût. Les prix, en dollars canadiens, sont approximatifs et peuvent changer.

Afrique

La disponibilité et la qualité des évaluations de crédit varient grandement en Afrique. Les services d'agences d'évaluation du crédit ne sont disponibles que dans quelques pays; dans les autres, les banques peuvent fournir de l'information sur le crédit.

Les pays d'Afrique qui offrent ces services sont les suivants :

Kenya : les services sont disponibles auprès d'une agence locale au coût de 30 \$ par rapport.

Lesotho : les services sont disponibles auprès de banques par l'entremise de la mission en Afrique du Sud.

Namibie : les services sont disponibles auprès d'une agence par l'intermédiaire de la mission en Afrique du Sud.

Nigéria : la mission effectue ses propres évaluations, gratuitement, au moyen d'un questionnaire, de références bancaires et de renseignements obtenus auprès d'autres missions à Lagos. Pour

des rapports détaillés, on s'adresse à une agence locale. Consulter la mission en ce qui concerne les frais.

Afrique du Sud : les services ne sont pas offerts en raison de l'embargo commercial à l'égard de l'Afrique du Sud.

Swaziland : les services sont disponibles auprès des banques par l'entremise de la mission en Afrique du Sud.

Zaïre : les services sont disponibles auprès d'une agence locale. Consulter la mission pour les frais.

Zimbabwe : en général, les services sont disponibles auprès des banques gratuitement. S'il y a lieu, D&B Zimbabwe peut transmettre les rapports par l'intermédiaire de D&B Canada. Le paiement devrait être effectué directement à D&B Canada.

Aucun service disponible dans les pays suivants : Algérie, Cameroun, Côte d'Ivoire, Égypte, Éthiopie, Gabon, Ghana, Guinée, Maroc, Sénégal, Tanzanie, Tunisie et Zambie.

Moyen-Orient

Des services d'évaluation du crédit sont disponibles dans tous les pays du Moyen-Orient à l'exception de l'Iran. Actuellement, aucune information sur les services en Irak et au Koweït n'est disponible. Voici les autres pays qui offrent des services :

Israël : les services sont disponibles auprès de D&B (Israël). Consulter la mission pour les frais.

Jordanie : les services (gratuits) sont disponibles auprès des banques locales.

Arabie saoudite : les services sont disponibles auprès d'agences locales au coût de 120 \$ par rapport.

Asie/Pacifique

Un certain genre de service est disponible dans chaque pays de la région. Les entreprises qui ont besoin de renseignements sur des firmes situées en Australie, au Bangladesh, en Inde, en Indonésie, au Japon (à Osaka, les services sont disponibles auprès d'une agence locale; à Tokyo, ils le sont par l'intermédiaire de D&B Canada), en Malaisie, en Nouvelle-Zélande, au Pakistan, aux Philippines, à Singapour, au Sri Lanka et en Thaïlande sont référées à D&B Canada.

Voici les autres pays d'Asie et du Pacifique qui fournissent des services : Chine (Pékin) : les services sont disponibles auprès d'une agence locale au coût de 90 \$ par rapport. (Shanghai) : les services sont disponibles auprès des banques locales.

Hong Kong : lorsque disponibles, les rapports peuvent être obtenus gratuitement auprès de la Hong Kong and Shanghai Bank. Dans d'autres cas, les entreprises sont référées à D&B Canada.

Corée : les services sont disponibles auprès d'une agence locale au coût de 55 \$ par rapport.

Taiwan : les services sont disponibles auprès d'une agence locale au coût de 130 \$ par rapport.

Europe

Toutes les missions en Europe de l'Ouest réfèrent les sociétés à D&B Canada. Les services ne sont actuellement disponibles ni en Europe de l'Est ni en URSS. L'établissement de succursales de banques et de bureaux commerciaux d'établissements comptables principaux devrait permettre, éventuellement, d'offrir de tels services.

(Voir page 2 : Crédit.)

DANS CE NUMÉRO

Exportations alimentaires au Mexique 3

Europe 1992 : Les produits industriels 4

Détachés commerciaux 5

L'A.L.E. et les lois antidumping 6

Le Canada à l'honneur à Hong Kong 7

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Le marché mexicain de l'automobile

Au cours de la dernière décennie, l'industrie mexicaine de l'automobile, poussée par la nécessité de s'intégrer au marché américain, a subi de profondes transformations.

Une politique de 1989 relative à cette industrie, le « décret sur l'expansion et la modernisation de l'industrie », élimine la nécessité pour les fabricants d'intégrer certaines pièces fabriquées au pays, et donne aux entreprises l'entière liberté de prendre des décisions.

Les entreprises mexicaines sont autorisées à accroître leurs importations de pièces d'automobile. D'ailleurs, la libéralisation du commerce au Mexique a éliminé la tarification officielle des importations et a réduit le nombre d'articles exigeant des permis d'importation, celui-ci passant de 11 950 à 325. Aucun de ces articles n'est utilisé dans l'industrie automobile.

Le matériel d'entretien

Comme sur le marché plus au nord, en raison du prix élevé des voitures neuves, les Mexicains préfèrent investir dans l'entretien et la réparation de leur véhicule plutôt que de le remplacer. En outre, la tendance de la plupart des ateliers et garages à moderniser leur équipement pour réparer les modèles plus récents contribuera également à faire augmenter la demande.

A l'heure actuelle, le relâchement de la politique fiscale serrée des années antérieures permet à l'industrie automobile du Mexique de réduire l'accumulation de la demande. Selon un récent rapport sur le secteur des fabricants d'automobiles et de pièces

d'automobile au Mexique, pour les exportateurs canadiens, on prévoit que cette situation entraînera une demande des produits suivants :

- analyseurs s'adaptant à divers types de voitures;
- rondelles d'appareil de réglage de système d'injection;
- analyseurs pour systèmes de freinage et de boîtes de vitesses automatiques à microprocesseur;
- oscilloscopes avec analyseurs de système d'injection;
- lampes stroboscopiques avec système de mise en phase;
- analyseurs de fuite de cylindre; et
- vacuomètres et dispositifs de vérification de la pompe à essence.

Étant donné que les voitures actuelles sont de plus en plus perfectionnées, la demande d'innovations comprenant des appareils de pointe fabriqués en dehors du Mexique augmentera. Il faudra surtout importer du matériel d'entretien adapté aux véhicules équipés d'un système à injection.

Les pièces d'automobile

En 1990, on s'attendait à ce que les importations de pièces d'automobile augmentent d'environ 17 % pour atteindre 2,6 milliards de dollars.

Les produits dont les importations ont connu la plus forte croissance (plus de 500 % entre 1986 et 1989) sont, entre autres, les suivants :

- freins à disques;
- essieux;
- roues;
- embrayages;
- pièces de pare-chocs; et

• dispositifs acoustiques.

Voici les produits dont les importations ont augmenté de 100 à 500 % : pièces de distributeurs, coussinets, amortisseurs, tambours de freins, carter de boîtes de vitesses, joints de cardan, maîtres-cylindres de freins, feux, vis platinées, silencieux et bobines.

Bien que le Mexique ait grandement facilité l'accès à son marché, certaines exigences doivent encore être respectées pour pénétrer sur ce marché. La Direction du commerce en Amérique Latine et dans les Antilles (LGT) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada peut aider et orienter les exportateurs qui désirent percer ou étendre leurs activités sur ce marché.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Gil Rishchynski, LGT. Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 943-8808.

Crédit — (Suite de la première page.)

Amérique latine et Antilles

En Amérique latine et dans les Antilles, les rapports sur le crédit sont ordinairement fournis gratuitement par les banques. Dans toutes ces régions, les missions ont accès à ce genre de service. Au Mexique et en Amérique du Sud, les services sont disponibles par l'intermédiaire des bureaux locaux de D&B ou d'agences semblables.

Voici les pays d'Amérique du Sud et des Antilles qui offrent gratuitement des services dans des banques locales : Barbade, Costa Rica, Cuba, République dominicaine, Guatemala, Guyana, Haïti, Jamaïque et Trinité-et-Tobago.

Les pays où les services sont disponibles auprès de D&B et pour lesquels les missions sont consultées moyennant des frais sont le Brésil, (Brasilia et Sao Paulo), la Colombie et la Venezuela.

Les pays où les services sont disponibles par l'entremise de D&B, moyennant des frais (entre parenthèses) par rapport sont l'Argentine (35 \$), le Chili (50 \$), le Mexique (65 \$) et le Pérou (65 \$).

États-Unis

Aux États-Unis, toutes les missions, y compris celle à Puerto Rico, réfèrent les sociétés canadiennes à D&B Canada.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamors

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT)

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

TÉL. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

Règlements visant les exportations de produits alimentaires et de boissons au Mexique

Parmi ceux qui agissent rapidement pour tirer parti des possibilités au Mexique, il y a les exportateurs canadiens de produits alimentaires et de boissons. Les produits canadiens, du porc frais et congelé aux lentilles, en passant par les biscuits, l'eau embouteillée, les pommes de terre et les haricots, montrent que les produits agro-alimentaires canadiens peuvent faire concurrence et être couronnés de succès sur le marché mexicain.

Conditions préalables

Pour mieux profiter des possibilités dans le secteur agro-alimentaire au Mexique, les entreprises devraient connaître un certain nombre de règlements qui régissent l'importation :

- une société qui compte exporter des aliments transformés ou des boissons au Mexique doit trouver, et légalement nommer, une firme mexicaine qui la représentera;
- cette entreprise mexicaine doit, de son côté, s'enregistrer auprès de la Secretaria de Hacienda y Credito Publico (SHCP);
- la société partenaire mexicaine doit aussi enregistrer le produit à importer auprès de la Secretaria de Salud (SSA);
- si la SSA estime que le produit satisfait aux lois sur la sécurité des aliments au Mexique, elle émettra un numéro d'enregistrement de la SSA pour le produit (au coût de 225 \$ US).

Autres exigences

Pour obtenir un numéro d'enregistrement de la SSA, il faut aussi fournir les documents/reenseignements suivants :

1. Un certificat émis par un ministère canadien (fédéral ou provincial) de la Santé qui indique que le produit est vendu au Canada. Il doit être rédigé en espagnol, notarié et authentifié par un des consulats du Mexique au Canada.
2. Une analyse physio-chimique du produit, effectuée par un ministère de la Santé au Canada, rédigée en espagnol et authentifiée.
3. Une description technique détaillée du procédé de production utilisé, rédigée en espagnol et authentifiée.
4. Une description, en espagnol, des matériaux principaux (et secondaires, le cas échéant) d'emballage ou du

conteneur, de la forme, du plombage et de la capacité. Et

5. Des copies de l'étiquette et des photographies en couleur du produit.

La SSA exige aussi qu'une petite étiquette (d'au moins 1,5 pouce sur 1,5) soit placée sur chaque produit.

Cette étiquette, qui doit être présentée à la SSA pour en obtenir un numéro d'enregistrement, doit aussi fournir, en espagnol, les renseignements suivants : la marque et l'appellation générique; le nom et l'adresse de l'importateur et son numéro de taxation à la SHCP; le nom et l'adresse de l'exportateur; le poids ou le volume net du produit (en grammes ou en litres); et l'origine du produit.

Le marché mexicain (plus de 80 millions de consommateurs) augmente rapidement, pas seulement en ce qui concerne la taille et la richesse brutes, mais aussi pour ce qui est de l'accès plus facile pour les exportateurs canadiens.

Les exportations canadiennes au Mexique ont augmenté, en moyenne de 10 % par an tout au long de la fin des années 1980. Cet accès continuera probablement à s'améliorer avec les prochaines négociations sur l'accord de libre-échange nord-américain.

Pour de plus amples renseignements à ce sujet, communiquer avec M. Gil Rishchynski, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 943-8808.

Le Venezuela compte investir des milliards en informatique

Petroleos de Venezuela (PDVSA), l'entreprise pétrolière gérée par l'État au Venezuela, a annoncé qu'elle compte investir, au cours des cinq prochaines années, près de 2 millions de dollars US dans la technologie de l'informatique/télécommunications.

42 % des nouveaux achats de matériel seraient destinés aux systèmes informatiques; 45 % à l'automatisation de l'industrie; et le reste aux télécommunications. Des 2 milliards de dollars, 1,25 milliard sera entièrement (Voir page 6, Venezuela.)

Marché des produits de construction au Panama

Une récente étude, intitulée *Market Study - Construction Materials Sector - Panama* (étude de marché - secteur des matériaux de construction - Panama), révèle que bon nombre des matériaux de construction sont produits au pays; toutefois, ils sont tous fabriqués à partir de matières premières importées. Avant l'intervention des États-Unis, l'économie était stagnante, mais elle recommence à afficher de forts indices de reprise dans la construction.

Le Panama est un centre bancaire international important, où le dollar US est la monnaie nationale et la capitale, Colon, est le deuxième plus grand port franc au monde.

Les produits canadiens sont considérés comme étant de qualité supérieure mais chers. Cependant, le fait d'être plus entreprenant et d'offrir des conditions de crédit plus souples permettrait aux fournisseurs canadiens d'être mieux connus sur le marché panaméen.

L'étude fournit aussi des renseignements sur le genre de produits les plus recherchés maintenant que l'industrie de la construction et le pays sont retournés à une situation normale.

Les pratiques promotionnelles sont semblables à celles utilisées au Canada et aux États-Unis. Une présence continue sur le marché est vitale, celle-ci comprenant des contacts personnels avec les clients et la disponibilité constante de brochures promotionnelles. La presse locale, des revues de construction internationales et des foires commerciales sont aussi des moyens importants de commercialisation.

L'étude donne aussi un bref profil des principaux intervenants locaux sur le marché de la construction et des matériaux de construction au Panama ainsi qu'une liste des fournisseurs principaux de ce marché.

Pour plus d'informations sur les possibilités commerciales au Panama ou pour obtenir un exemplaire de l'étude — effectuée à l'intention de l'ambassade du Canada à San José (Costa Rica) —, communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8808.

Le marché des produits industriels de l'Europe est ouvert aux entreprises de R & D canadiennes

par Andrew Griffin

Les entreprises canadiennes des industries de fabrication d'équipement électrique de grande dimension, d'équipement d'exploitation pétrolière et gazière, d'équipement minier et de fonderies, de matériel de pâtes et papiers et de matériel de protection de l'environnement devraient trouver de nombreux débouchés pour leur croissance et le transfert de la technologie dans la Communauté européenne (CE).

Ce sont là quelques-unes des constatations contenues dans un rapport publié récemment par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) intitulé *1992 Impact de l'unification du marché européen - Produits et services industriels*.

La capacité des entreprises canadiennes à profiter des changements qui se produisent en Europe dépend de leur présence sur le continent.

Les multinationales, c'est-à-dire les entreprises qui ont des filiales dans au moins deux pays membres de la CE, pourraient participer plus facilement aux programmes de recherche et de développement (R & D), mais même les petites et les moyennes entreprises peuvent se servir de façon utile d'alliances stratégiques et d'entreprises conjointes avec des sociétés européennes pour accroître leur R & D et s'établir dans des créneaux adéquats.

Le contexte canadien

Le secteur des produits industriels au Canada est composé principalement de petites et de moyennes entreprises ayant, en moyenne, 30 employés. En 1987, les entreprises canadiennes ont exporté pour 389 millions de dollars de produits et de services industriels vers la CE. La contribution de l'industrie des ressources quant à ces exportations est de l'ordre de 21,4 %.

Le contexte européen

La CE est de loin le plus important producteur de produits d'ingénierie mécanique. Ce sous-secteur doit son succès au mariage de la micro-électronique et d'une mécanique très

efficace et précise. En 1989, la production était évaluée à 297 milliards de dollars.

L'innovation technologique est la clef pour demeurer concurrentiel sur le marché des produits industriels. Les entreprises européennes consacrent 5 % du produit de leurs ventes à la R & D. En comparaison, les entreprises canadiennes n'investissent, en moyenne, que 1 % de leurs revenus.

L'Allemagne est le plus important producteur des sous-secteurs de l'équipement mécanique et de l'équipement électrique et électronique. Le Royaume-Uni est en deuxième place, mais sa production affiche une baisse évidente depuis les trois dernières années.

Débouchés pour les entreprises canadiennes

Selon cette étude, les entreprises canadiennes du sous-secteur du matériel électrique de grande dimension devraient examiner la possibilité de former des alliances avec les entreprises européennes dans des créneaux particuliers où la technologie est comparable. Les objectifs de choix pour former des alliances sont les firmes d'envergure nationale ou protégées par l'État.

Le secteur de l'équipement relié aux industries des ressources qui sont déjà en place devrait envisager d'affermir sa présence internationale, en particulier dans le domaine de l'équipement d'exploitation pétrolière et gazière. Compte tenu du climat et de la structure géographique du Canada, les entreprises canadiennes ont développé des produits spécialisés et font figure de chef de file dans des secteurs particuliers de ce marché.

De même, l'industrie canadienne de l'équipement minier est en tête de file dans les domaines de l'exploration géologique de pointe, des méthodes d'extraction avec moins de main-d'oeuvre et des techniques de fonderie à haut rendement. Lorsque la souplesse est plus importante que l'économie d'échelle, compte tenu que le matériel minier doit être construit sur mesure, la force d'une industrie canadienne

innovatrice représente un atout pour l'Europe de 1992.

Les fabricants de pâtes et papier canadiens ont acquis les compétences techniques leur permettant de concurrencer tant sur le marché intérieur que sur le marché des exportations, en se tenant à jour quant aux faits nouveaux sur la scène internationale et en investissant dans leurs propres programmes de R & D.

Bien qu'à l'heure actuelle les entreprises canadiennes exportent surtout aux États-Unis, elles sont en bonne position pour pénétrer la CE — avec des produits comme le matériel de fabrication de pâtes chimiques, les machines à papier à haute vitesse et les sécheuses de pâte.

Dans le domaine du matériel de protection de l'environnement, le rapport signale que les entreprises canadiennes sont concurrentielles sur le plan de la technologie à l'échelle mondiale et pourraient décrocher des marchés au sein de la CE pour des produits et des procédés spécialisés d'avant-garde.

Les points forts des entreprises canadiennes sont particulièrement les systèmes de purification des eaux, le traitement avancé des eaux usées, et certains systèmes de contrôle de la pollution de l'air.

Renseignements

Pour de plus amples détails sur l'Europe de 1992 et le secteur des produits industriels, consulter le rapport intitulé *1992 Impact de l'unification du marché européen - Produits et services industriels* qu'on peut se procurer auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 8).

Pour obtenir plus de renseignements sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne (RWM), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

M. Griffin est expert-conseil en communication auprès de la Direction de la Communauté européenne (RWM).

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises énumérées avant de s'engager avec elles.

BRÉSIL (ID72) — Avec des ventes annuelles moyennes de 60 millions de dollars US, un fabricant d'intégration de systèmes, de conception, de montage et de pièces désire conclure un accord de coopération industrielle qui lui permettrait d'acquérir le matériel suivant : matériel de commutation et de chargement automatiques à distance, conservation de l'énergie, relais de protection pour microprocesseur, dispositif de contrôle des brèches, sectionneurs et disjoncteurs à réenclenchement. La société prévoit que le milieu sera beaucoup plus concurrentiel

en raison de l'ouverture des marchés

brésiliens aux importations. Communiquer avec Joan Shnier, CPCS Technologies Ltd., 215, Old Orchard Grove, Toronto (Ont.) M5M 2E6. Tél. : (416) 485-3801. Télécopieur : (416) 485-6207.

GRÈCE — Des entreprises ont la possibilité de fournir des produits et des services à deux sociétés qui ont obtenu un contrat d'un milliard de dollars pour la construction d'un pipeline de gaz naturel de 500 km et de 36 pouces, qui s'étend de la frontière bulgare-grecque jusqu'à Athènes. Communiquer avec : 1) le propriétaire (Public Petroleum Corporation, 207 Messoghion Avenue, Neo Psychico, Athens 115 27 Greece. Tél. : 301-647-9505. Télex : 222792. Télécopieur : 647-9504). 2) L'entrepreneur des travaux civils (Biokat Corporation, 4 Gravia and Granikou Streets, Maroussi, 151 25 Athens. Tél. : 301-686-6700. Télex : 215271. Télécopieur : 683-0454. Att: George Constantinidis). Ou 3) avec l'entrepreneur des travaux mécaniques (Zangas, c/o Zaroubejneftegas Stroi, Ministry of Oil and Gas Construction, Zhitnaja Street 14, 117 970, Moscow, USSR. Télex : 411979 STYK SU. Att: Mr. Kopsishevsky).

POLOGNE — Une société recherche du capital d'investissement et de la technologie afin d'entreprendre la construction d'installations de transformation du lait et de la viande dans

la partie est de la Pologne. Communiquer avec Piotr Golabek, Golimpex, 2303 est, av. Eglinton, bureau 617, Scarborough (Ont.) M1K 2N6. Télécopieur : (416) 755-3889.

POLOGNE — La Polish Post, Telegraph, and Telephone (PPTT), probablement au moyen d'un financement par la Banque européenne d'investissement et la Banque mondiale, émet des documents relatifs à un appel d'offres (coût : 10 000 000 PLZ) pour un projet de réseau de recouvrement numérique à longue distance. Le projet comprend des centrales interurbaines, du matériel multiplex, des systèmes de radio à hyperfréquence à longue distance et des systèmes à fibres optiques à longue distance. On

peut obtenir les documents (et les retourner à la même adresse d'ici le 2 juillet 1991) à l'adresse suivante : PPTT, General Directorate, Room 12, 4th Floor, ul. Swietokrzyaka 31/33, 00-950 Warszawa. Tél. : 27-50-37/27-82-88. Télécopieur : 813710. Télécopieur : 27-67-89.

SINGAPOUR — Une entreprise désire importer une usine de pâte à papier usagée, ayant une capacité de production de 500 tonnes par jour. Cette usine doit être en bon état. La même entreprise recherche des scies à plusieurs lames remises en état, qui seront utilisées dans le cadre de ses projets de menuiserie en Indonésie. Communiquer avec Robert Teo, Assistant General Manager, Kheng Siong Santosa Pte Ltd., 315 Outram Road #01-08, Tan Boon Liat Building, Singapore 0316. Tél. : 225-9133. Télécopieur : 225-3040. Télex : RS 24771 SANTOSA.

YOUgoslavIE — Une entreprise recherche du capital d'investissement pour la construction d'un centre commercial et d'appartements à Belgrade ainsi que pour la construction d'appartements sur la côte adriatique sud. Communiquer avec M. Djordje Skocajic, ENJUB D.O.O. Beograd, Bulevar Lenjina 20/111, 11070 Novi Beograd, Yougoslavie. Tél. : 11/601-673. Télécopieur : 11/600-747.

Foires commerciales internationales

Un certain nombre de foires commerciales, auxquelles ne participe pas Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), mais qui peuvent intéresser les entreprises canadiennes, ont lieu à l'échelle internationale. En voici quelques-unes :

• **10th International Trade Fair and International Congress (LASER '91)** — 10-14 juin — Munich (Allemagne). C'est la foire commerciale internationale la plus grande et la plus ancienne d'optoélectronique innovatrice et appliquée. Elle présentera les produits et les services d'environ 500 entreprises de 24 pays. Joindre la Munich Trade Fair Corporation, Congress Department/LASER Office. Télécopieur : (089) 5107-180. Tél. : (089) 5107-495.

• **4th Gem Festa: The Fair at the Source** — Teofilo Otoni (Brésil) — 10-13 juillet. Au coeur de la région des pierres précieuses du Brésil, cette foire est le lieu de rencontre des gens d'affaires qui participent à la production et à la commercialisation des gemmes : marchands de gemmes, professionnels de gemmes et bijoutiers. Communiquer avec Nilso Farias Comercio e Empreendimentos MG Ltda., Rue Pio XI, 313 Bairro Ipiranga, 31170 Belo Horizonte MG. Télécopieur : (031) 442-0386. Télex : 316074 NFCE BR.

• **Foire internationale d'écologie (POLEKO)** — 19-22 novembre — Poznan (Pologne). Cette exposition présente du matériel de protection de l'environnement, des technologies sans déchets et des biotechnologies, des appareils de contrôle et de mesure pour l'air, l'eau, le sol et les matériaux biologiques, ainsi que des services pédagogiques dans le domaine de l'écologie. Présenter, d'ici le 19 juin, une demande à : Foire internationale de Poznan, ul. Glogowska 14, 60-734 Poznan, Pologne. Télécopieur : 66-58-27 TARGI PL. Télex : 413251 targ pl.

• **Foire internationale d'art (INTERART)** — 28 novembre - 2 décembre — Poznan (Pologne). L'art contemporain de la meilleure qualité exposé comprend tableaux, graphismes, sculptures, tapisserie, céramique et l'art appliqué. Présenter, d'ici le 28 juin, une demande à la même adresse qu'à l'annonce relative à la Pologne, ci-dessus.

Débouchés commerciaux

Le marché des télécommunications au Honduras

Au Honduras, le marché des télécommunications est dominé par la société d'État HONDUTEL. Celle-ci compte ajouter, d'ici 1993, 45 000 autres lignes téléphoniques aux quelque 130 000 lignes actuelles.

Un nouveau rapport intitulé *Market Study - Telecommunications Sector - Honduras* (étude de marché - secteur des télécommunications - Honduras) décrit les plans de nouveaux achats et identifie les principaux importateurs ainsi que les méthodes de faire des affaires avec ce pays.

Toutefois, comme l'indique l'étude, un petit marché privé se développe, surtout en ce qui concerne le matériel et les services nouveaux de haute technologie.

Pour les prochaines années, les priorités de HONDUTEL comprennent des télécommunications rurales, des réseaux ruraux et des réseaux de banlieue.

En général, on exporte au Honduras par l'intermédiaire d'agents nommés localement. Ceux-ci doivent aussi offrir à leurs clients des services d'installation et d'entretien ainsi que des services consultatifs et d'orientation. Pour une entreprise, la meilleure méthode promotionnelle, c'est d'être constamment présente sur le marché par l'entremise d'un bon représentant et par des visites fréquentes aux personnes chargées des aspects techniques et des politiques à HONDUTEL ainsi qu'aux acheteurs du secteur privé.

Il est souvent avantageux d'introduire sur le marché de nouveaux produits ou une nouvelle technologie.

Pour d'autres renseignements sur les débouchés au Honduras, ou pour obtenir un exemplaire de l'étude de marché (effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à San José, Costa Rica) qui contient une liste des fournisseurs et de leurs agents, communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8808.

Les lois antidumping sont incompatibles en principe avec l'ALE

Selon une étude, les lois antidumping sont incompatibles en principe avec l'Accord de libre-échange (ALE). Celle-ci conclut que «le remplacement des lois antidumping entre le Canada et les États-Unis constitue la prochaine étape, logique sur le plan économique et réalisable sur le plan juridique, de la suppression des obstacles au commerce et à l'investissement, déjà amorcée dans le cadre de l'ALE.

Le Comité des relations entre le Canada et les États-Unis (CRCE) a récemment demandé que l'on effectue une grande étude sur la possibilité de remplacer la loi antidumping au Canada et aux États-Unis par d'autres mesures fondées sur la loi sur la concurrence.

Cette possibilité découle de l'ALE lui-même. L'article 1907 prévoit la création d'un Groupe de travail pour «élaborer un nouvel ensemble de règles concernant la fixation de prix

inéquitables » qui découlent des lois antidumping actuelles.

Le CRCE est un comité conjoint fondé en 1933 par les Chambres du commerce du Canada et des États-Unis. Créé pour encourager la communication entre les gens d'affaires du Canada et des États-Unis au sujet de grandes questions politiques et bilatérales, le Comité contrôle et évalue les politiques publiques qui affectent les relations entre les deux pays dans les domaines du commerce et des investissements et recommande des politiques au gouvernement fédéral de chaque pays.

Pour de plus amples renseignements, donner son opinion ou obtenir un exemplaire du sommaire de l'étude, communiquer avec La Chambre de commerce du Canada, Groupe de la politique internationale, 55, rue Metcalfe, bureau 1160, Ottawa (Ont.) K1P 6N4. Télécopieur : (613) 238-7643.

Le salon de la transformation des plastiques en France, porte d'accès au marché européen

Oyonnax — Les entreprises canadiennes sont invitées à présenter de la documentation promotionnelle et des données techniques qui seront exposées au kiosque d'information au Forum international de plasturgie (FIP 91), qui se tiendra du 18 au 21 juin, dans cette ville située dans la région Rhône-Alpes, en France.

Un autre avantage, c'est que les cadres canadiens qui visiteront le salon et qui recherchent des partenaires (agents, distributeurs, détenteurs de licences) et des technologies peuvent utiliser le kiosque d'information du Canada comme base.

Lieu de rencontres important des transformateurs de plastiques européens, le FIP permet de découvrir les dernières innovations en machines, matériel, technologies, matériaux et applications reliés à l'industrie des plastiques.

Il offre aussi aux entreprises canadiennes la possibilité d'explorer le moyen de pénétrer le marché unique européen qui sera bientôt établi, avec son potentiel de 320 millions de consommateurs.

En 1989, le FIP a attiré plus de 400 exposants, représentant non seulement la France, mais aussi l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie et le Japon; ainsi que plus de 20 000 visiteurs professionnels, y compris un certain nombre de Canadiens.

Les entreprises canadiennes qui désirent participer à FIP 91 (ou obtenir de plus amples renseignements sur cette manifestation) peuvent envoyer la documentation relative à leurs produits directement à M. Michel P. Monet, conseiller commercial, consulat du Canada, Immeuble Bonnel Part-Dieu, 74, rue de Bonnel, 69428 Lyon Cedex 03, France. Télécopieur : (011-33) 78.62.09.36. Tél. : (Code de destination 42) 380003 (CANADA).

Ou communiquer avec M^{me} Thérèse Gervais, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 992-7001. Télécopieur : (613) 995-6319.

Festival du Canada à Hong Kong

Pendant le mois de juin, le Canada sera en vedette à Hong Kong.

L'occasion Festival Canada 91, une série d'activités culturelles, universitaires, sportives et sociales sur le thème "Le Canada et Hong Kong : amis d'hier, d'aujourd'hui et de demain".

Festival Canada 91 vise à faire connaître le Canada et à en donner une idée positive à Hong Kong, une colonie britannique où le Canada compte beaucoup d'engagés.

En tout, quelque 50 manifestations sont planifiées pour Festival, des expositions touristiques, industrielles et technologiques au franchisage et aux colloques/conférences organisés par la Fondation Asie-Canada, Asie-Pacifique.

Voici quelques-unes des activités principales :

- Saveur Canada : promotion, dans des magasins, de produits alimentaires canadiens, surtout à Hong Kong;
- Exposition canadienne sur l'environnement (débouchés éventuels pour le savoir-faire canadien); et
- La mode canadienne : promotion, dans des magasins, et galas pour les grands couturiers et les fabricants canadiens.

Manifestations commerciales

Sur le plan commercial, Hong Kong importe presque tout ce qu'elle consomme : tant les matières premières que les produits finis. C'est le treizième marché au monde (en Asie, elle vient directement après le Japon) — et c'est une porte d'accès importante vers la Chine et d'autres marchés dans la région de l'Asie et du Pacifique.

En 1989, les importations de la colonie ont dépassé 75 milliards de dollars. Au cours des quelques dernières années, le commerce bilatéral entre le Canada et Hong Kong a oscillé autour de 2 milliards de dollars.

Traditionnellement, sur ce marché florissant, le Canada a participé à des foires commerciales; l'une d'elles, parrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), est Hofex'91, qui se tiendra du 15 au 18 mai. Ce Quatrième salon international des systèmes pour hôtels et restaurants, des fournitures, du matériel, des produits alimentaires et des boissons est un prélude très important de Festival Canada 91.

Quelque 14 sociétés canadiennes qui participeront au pavillon national du

Canada augmenteront encore les exportations déjà importantes du Canada à la colonie.

En 1990, les ventes de produits alimentaires du Canada à Hong Kong ont atteint environ 60 millions de dollars.

Les possibilités sont importantes : Hong Kong a de plus en plus besoin, entre autres, de produits alimentaires pour restaurants, de boissons et de matériel d'automatisation destiné au secteur de la transformation des produits alimentaires.

Mais c'est un marché très concurrentiel. Une autre manifestation commerciale qui aura lieu pendant Festival Canada 91, du 13 au 15 juin, c'est The 8th International Building Exhibition (IBEX'91) (la 8^e exposition internationale de construction), à laquelle le Canada participera pour la 5^e fois sous les auspices d'AECEC.

A IBEX'91, les fournisseurs canadiens d'équipement, de matériel et de savoir-faire dans la construction auront une possibilité importante de percer sur ce secteur à Hong Kong. Ils seront aussi capables de démontrer leur engagement à long terme envers le marché et d'éva-

luer la concurrence.

Cette année, en raison de la Hong Kong Port and Airport Development Strategy (PADS) (stratégie de développement du port et de l'aéroport de Hong Kong), projet de grande envergure, la participation à IBEX'91 devrait être particulièrement couronnée de succès.

La PADS prévoit la construction d'un nouvel aéroport international, d'installations portuaires pour conteneurs, de réseaux routiers et ferroviaires, ainsi que de zones résidentielles et d'industries légères. IBEX'91 permettra aux Canadiens de démontrer leurs capacités et leur savoir-faire dans ces domaines.

Festival Canada 91, qui fera la promotion du Canada à Hong Kong, est une exposition non seulement pour le gouvernement fédéral, mais aussi pour les provinces et une vaste gamme de groupes parrains : associations, chambres, grandes entreprises canadiennes, et entreprises de Hong Kong qui ont des intérêts au Canada.

Pour renseignements sur Festival Canada 91, sur les foires commerciales ou sur les possibilités à Hong Kong, communiquer avec M. Dan Mrkich, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), AECEC., Télécopieur : (613) 996-4309.

Ouverture officielle de l'ambassade à Tokyo

On prévoit que la demande de la part des gens d'affaires canadiens qui voudront utiliser les installations de la nouvelle ambassade du Canada (Place Canada) à Tokyo — qui doit être ouverte officiellement le 1^{er} juin par le Premier ministre, M. Brian Mulroney — sera extrêmement élevée.

Place Canada occupe une superficie de 1,74 hectare (4,3 acres) de biens immobiliers à potentiel élevé, qui a été achetée en 1932 et est occupée depuis 1933 par la chancellerie et la résidence du Canada.

Le hall de l'entrée principale, au quatrième niveau situé à mi-hauteur offre un emplacement idéal au centre de Tokyo, permettant aux entreprises canadiennes d'exposer et de démontrer leurs produits et leurs services aux invités et aux simples visiteurs. Il permet aussi d'organiser des réceptions et des expositions.

Une superficie de 725 m² sert à promouvoir les produits industriels et commerciaux canadiens, à organiser des expositions et des manifestations culturelles, et à offrir des réceptions, déjeuners et dîners.

Cet espace peut contenir 800 personnes debout ou 300 personnes assises lors de banquets. Les installations comprennent également un amphithéâtre de 233 places, une galerie de 180 m² (2 000 pieds carrés), une bibliothèque de recherche et centre d'information, une cuisine de démonstration spécialement conçue, ainsi qu'une gamme complète de moyens de télécommunication d'avant-garde.

L'espace d'exposition et de réception sera disponible pour les manifestations canadiennes qui favoriseront les objectifs du Canada dans les domaines du commerce, des investissements, de la culture et du tourisme.

Pour obtenir d'autres renseignements sur la nouvelle ambassade ou ses installations, communiquer avec : l'administrateur des zones publiques, ambassade du Canada, 7-3-38 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107, Japon.

Pour obtenir une brochure sur l'ambassade, communiquer avec Info Export selon les informations indiquées dans l'encadré au bas de la page 8.

AU CALENDRIER

Toronto — 29 mai — Mieux réussir : Téléconférence pour des dirigeants de PME. Cet événement unique permettra, grâce à la transmission par satellite, à des entreprises situées dans 27 villes canadiennes, de participer simultanément à une conférence/foire commerciale. L'initiative vise à renforcer la compétitivité des firmes canadiennes en leur fournissant les outils pratiques nécessaires pour relever les défis que leur impose l'expansion dans le marché mondial. Pour obtenir des renseignements sur les lieux de participation ou sur les modalités de participation (les frais sont de 95 \$), communiquer avec the Registrar, The Conference Board of Canada, Ottawa. Tél. : 1-800-267-0666 (région d'Ottawa : 526-3280). Télécopieur : (613) 526-4857.

Gander — 12 juin — New Opportunities Workshop. L'atelier, qui porte sur les brevets industriels, traitera de sujets tels la commercialisation d'une invention et le passage du transfert technologique, hors du laboratoire, vers le monde des affaires. Les programmes d'encouragement fiscal qui existent dans le domaine de la science, la recherche et le développement seront également revus. Organisé par le ministère de l'Industrie, de la Science et de la Technolo-

Venezuela — (Suite de la page 3.)

ment attribué à l'achat de matériel, le reste à des dépenses indéterminées.

L'un des éléments principaux des plans d'investissement de la PDVSA sera l'installation d'un réseau numérique reliant toutes ses installations principales. Le réseau numérique utilisera les lignes existantes.

Pour renseignements, communiquer avec MM. Bob Rutherford ou Jeremy Pallant, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-3877. Télécopieur : (613) 943-8806.

gie et co-parrainé par le Conseil national de la recherche. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Mme K. Sorensen, ISTD. Tél. : (709) 772-4330. Pour inscription, communiquer avec Mme Cynthia Dawe. Tél. : (709) 772-4866. Télécopieur : (709) 772-5093.

Niagara-on-the-Lake — 16-17 juin — Building for Success. Conférence de fin de semaine organisée par le Canada-US Business Association (CUSBA). Les sujets à traiter comprennent les marchés d'expansion; le financement commercial; comment améliorer les chaînes de distribution; et le libre-échange

nord-américain. Pour inscription (les frais de participation sont de 285 \$), communiquer avec Patricia Ramoutar, CUSBA. Tél. : (416) 621-1507. Télécopieur : (416) 620-5392.

Toronto — 18 juin — Atelier du Hong Kong-Canada Business Association (HKCBA). Sujet : Comment faire des affaires à Hong Kong. Communiquer avec la HKCBA. Tél. : (416) 366-2642. Télécopieur : (416) 366-1569.

Regina — 19-22 juin — Western Canada Farm Progress Show. Communiquer, à la CCI de Saskatoon, avec Tom Rogers, tél. : (306) 975-4365; ou Laura Diakui, tél. : (306) 975-4346.

Publications

Publications d'AECEC

Les publications suivantes sont disponibles auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré ci-dessous).

Viennent de paraître

Marchés mondiaux, Accès mondial : *Le réseau canadien des échanges extérieurs dans le secteur agro-alimentaire (#30XF)* décrit les capacités agro-alimentaires du Canada; explique comment le réseau des délégués commerciaux d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) peut aider les exportateurs; et fournit une liste sélective des bureaux agro-alimentaires à l'étranger, leurs adresses et numéros de télex et de télécopieur.

Guide de l'exportateur canadien : *Angola, Burundi, Congo, Gabon, Rwanda, Zaïre (#10AF)* fournit des données de base (superficie, population, exportations, importations, industries principales, etc.) sur chacun de ces pays africains qui, ensemble, ont une

population d'environ 57 millions d'habitants. Le développement des ressources et des infrastructures de ces pays peut offrir des débouchés aux exportateurs canadiens de biens et de services. Plusieurs projets, surtout dans les domaines des communications, de la foresterie, de l'agriculture, de l'énergie et de la formation sont financés par la Banque africaine de développement et la Banque mondiale.

Mise à jour

Voici la nouvelle adresse de l'ambassade du Canada à Damas, Syrie: Lot 12, Mezzah Autostrade, Damas, Syrie. La nouvelle adresse postale est C.P. 3394, Damas, Syrie. Tél. : (963-11) 236-841/892/870. Télécopieur : (963-1) 228-034. Télex : 412422. Indicatif : Canada SY412422.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Parti payé / Postage Paid

NBRE BLK

T-3691

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°10

3 juin 1991

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Supplément :

L'ALLEMAGNE

Voir pages 6-7

Consultations annuelles entre l'AEC et l'ACDI en juin

L'Association des exportateurs canadiens (AEC) tiendra les 8^{es} Consultations annuelles avec l'ACDI, les 4 et 5 juin, à Ottawa.

Outre la séance plénière qui portera sur le thème « L'effet de levier : nouvelles initiatives pour les années 90 », les principaux sujets au programme de cette année sont :

- les initiatives actuelles du partenariat : rapport du secteur privé;
- la réadaptation : nouvelles perspectives pour le développement;
- les institutions multilatérales : nouvelles tendances et évolution;
- la décentralisation et le déliement; et
- les ateliers géographiques régionaux.

Les ateliers géographiques mettront l'accent sur le développement de projets dans les années 1990 et décriront en détail les secteurs prioritaires et la participation du secteur privé; ils donneront aussi un aperçu du financement à l'exportation dans chaque région.

A l'hôtel Château Laurier, la ministre des Relations extérieures et ministre d'État (Affaires indiennes et Nord canadien), Mme Monique Landry, et le président de l'ACDI, M. Marcel Massé, prononceront le discours-programme. L'ACDI tiendra aussi une journée d'accueil à son administration centrale, à Hull.

Pour plus d'informations sur les Consultations ou pour s'inscrire, communiquer avec l'Association des exportateurs canadiens, 99, rue Bank, Ottawa (Ont.) K1P 6B9. Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

Les alliances stratégiques : la clé du succès en Europe

Par Andrew Griffin

Selon le rapport *Les Alliances stratégiques : Passeport pour l'Europe*, préparé par la société d'experts-conseils Prospectus pour le compte d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), il se peut qu'une relation commerciale sans lien de dépendance avec l'Europe ne soit pas la stratégie idéale pour les entreprises canadiennes qui veulent profiter entièrement de l'initiative du marché unique.

Heureusement, surtout en ce qui concerne les petites et les moyennes entreprises canadiennes qui n'ont pas les moyens d'utiliser une stratégie de prise de contrôle de plusieurs firmes européennes, il y a les alliances stratégiques.

Celles-ci permettent d'établir une présence dans plusieurs des États de la Communauté européenne (CE), ce qui permet de couvrir divers segments du marché de la CE, pour environ le coût d'une seule acquisition.

Les alliances stratégiques : types et avantages

Les alliances stratégiques peuvent s'établir au moyen de consortiums de recherche et de développement, d'entreprises conjointes, d'accords de concession de licence ou de concession réciproque de licence, d'accords de fabrication réciproque, de commercialisation ou de production conjointes. Le type de partenariat détermine l'étendue des avantages.

En général, une alliance stratégique avec une firme européenne peut assurer aux entreprises canadiennes les avantages suivants :

- l'accès au marché européen (plus de 320 millions de consommateurs), sans avoir à prendre le contrôle d'une usine, investir dans de nouvelles installations de production, ni établir des bureaux de représentation;
- une meilleure compréhension du marché européen pour ce qui est, entre autres, des préférences des consomma-

- teurs et du milieu de réglementation;
- une source possible de procédés techniques brevetés, de savoir-faire technique, de compétences en gestion de haut niveau, ou le savoir-faire commercial complet nécessaire pour établir ou pour maintenir une présence en Europe;
- une source éventuelle de capital pour commercialiser une nouvelle technologie ou un nouveau produit; et
- la réduction des risques pour les entreprises en permettant la diversification.

De plus, en permettant à un partenaire d'assumer certaines responsabilités, les alliances stratégiques permettent aux firmes canadiennes de se concentrer sur ce qu'elles font le mieux.

Considérations à retenir

Les alliances stratégiques devraient faire partie d'une stratégie d'entreprise globale qui décrit les ressources nécessaires pour mettre en oeuvre la stratégie, les ressources à acquérir, et qui détermine si celles-ci sont produites le mieux au sein de l'entreprise, par des demandes présentées à des investisseurs, par des alliances stratégiques ou par des fusions et des prises de contrôle.

Après avoir décidé qu'une alliance stratégique est la meilleure voie à emprunter, la tâche la plus importante est de choisir un bon partenaire.

L'établissement de critères de négociations, le choix d'un partenaire, le

(Voir page 4 : L'Europe.)

DANS CE NUMÉRO

Restons compétitifs	2
Débouchés commerciaux	3
Les voyages d'affaires et l'ALE	5
Foires commerciales	8-9
Conférences : le transport océanique 11	

Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Restons compétitifs

Selon le *World Competitiveness Report 1990*, le Canada, en terme de compétitivité, a glissé de la quatrième à la cinquième place parmi les pays membres de l'Organisation pour la Coopération et le Développement Economique (OCDE).

Alan M. Rugman et Joseph R. D'Cruz de l'Université de Toronto, reprennent ces données dans leur rapport sur la compétitivité du Canada* commandité par Kodak Canada.

Pour eux, l'entreprise canadienne doit modifier son approche stratégique particulièrement en ce qui concerne :

- l'utilisation de barrières tarifaires pour protéger le marché national des forces de la concurrence ;
- la recherche de subsides pour réduire ses coûts de production en-deça de ceux de ses concurrents qui n'ont pas accès à de tels subsides ;
- en exploitant, jusqu'à son épuisement, une activité profitable sans réinvestir dans l'innovation ; et
- en évitant la concurrence internationale en ne participant pas à des activités exportatrices ou d'investissements à l'étranger parce que les conditions internationales apparaissent trop rigoureuses et les barrières à franchir trop coûteuses.

L'étude précise que les entreprises doivent abandonner cette attitude de repli et de conservatisme pour affronter la concurrence et les marchés internationaux. Le maintien de cette attitude les conduira au déclin à plus ou moins long terme.

Pour préserver sa position concurrentielle, l'entreprise doit viser l'excellence pour son personnel (formation, participation des employés aux prises de décision, aux programmes de qualité, etc) et pour ses produits (programmes de qualité, innovation, etc).

L'innovation semble, selon toutes les études sur le sujet, constituer la pierre angulaire de la compétitivité.

Dans l'enjeu de la compétitivité, le rôle d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) est de réussir à dégager, par une action à long terme en faveur de l'exportation, des capacités de croissance additionnelles et donc de richesse nationale et de création d'emploi.

AECEC vise, notamment, à faciliter l'accès aux marchés étrangers aux entreprises petites et moyennes qui croient trop souvent ces marchés hors de leur portée.

Cette action est exercée, entre autres :

1. en collectant, par un réseau de délégués commerciaux, l'information sur les débouchés à l'exportation et sur les caractéristiques des marchés étrangers;
2. en diffusant cette information aux entreprises canadiennes (par contact direct, par *CanadExport*, par les Centres du commerce international et par InfoExport);
3. en facilitant la participation des entreprises canadiennes aux activités de promotions internationales (foires, missions, prospection, etc.) ;
4. en rendant plus familière la démarche à l'exportation, en permettant aux entreprises de trouver conseil et assistance auprès d'interlocuteurs proches tels les Centres du commerce international.

Le ministre Michael H. Wilson détient les portefeuilles de l'Industrie, Sciences et Technologie et du Commerce extérieur, deux ministères qui jouent un rôle clé dans la promotion de la compétitivité.

Ceci contribuera à renforcer la coordination entre ces deux ministères qui ont des mandats complémentaires : l'un apporte une connaissance approfondie de l'industrie canadienne et peut oeuvrer à l'orienter en fonction de choix nationaux, tandis que l'autre apporte son expertise internationale, son analyse des marchés mondiaux et de l'environnement global ainsi que son appui concret aux activités quotidiennes de mise en marché.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamoré

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré

* *Fast Forward : Improving Canada's International Competitiveness*

Une étude par Alan M. Rugman and Joseph R. D'Cruz, Faculté de gestion, Université de Toronto, publiée par Kodak Canada Inc., 3500 Eglinton Ave. West, Toronto (Ontario) M6M 1V3.

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

BRÉSIL (ID78) — Une entreprise de fabrication de métaux établie en 1985 et dont le chiffre d'affaires annuel moyen est de 4,5 milliards de dollars US, désire conclure un accord de coopération industrielle pour la fabrication de dispositifs de communication passive, d'antennes et d'extrusion de poteaux de béton. La firme désire aussi établir des entreprises conjointes pour l'exportation. Communiquer avec Joan Shnier, CPCS Technologies Ltd., 215 Old Orchard Grove, Toronto (Ont.) M5M 2E6. Tél. : (416) 485-3801. Télécopieur : (416) 485-6207. (CPCS Technologies Ltd., avec le soutien financier de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), participe à un programme de trois ans visant à encourager la conclusion d'accords de coopération industrielle entre des entreprises canadiennes et brésiliennes. Son

client est la State Development Bank de l'État de Parana - BADEP).

CHINE (RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE) — Une entreprise établie à London (Ont.) a la possibilité d'établir une installation de fabrication de batterie d'entreposage d'automobile dans le sud de la Chine, où la plupart des produits seraient commercialisés. Les sociétés possédant de l'expérience dans l'industrie pourraient participer au moyen de coopération, d'échange technologique ou d'investissement. Communiquer avec Thomas Wong, Senior International Project Manager, Lamko Tool & Mold Inc., 105 Towerline Place, London (Ont.) N6E 2T3. Tél. : (519) 686-2643. Télécopieur : (519) 686-6946. Télex : 064-5632.

HONGRIE — Dans le cadre du second projet de télécommunication, les Postes, Télégraphes et Téléphones hongrois ont lancé un appel d'offres, clôturant le 3 juillet, pour la fourniture de câbles à fibre optique (n° IBRD-H-05/2) et 140 MBPS de matériel de fibre optique et de multiplexeurs digitaux (n° IBRD-H-01). Pour obtenir le cahier des charges (200 \$ US) (à déposer au nom de Elektroimpex, n° de compte 202-10782 à la Banque de crédit de Hongrie),

communiquer avec Elektroimpex, Budapest V, Nador utca 11, 1051. Tél. : (011-36-1) 132-9912. Fax : (011-36-1) 131-0526. Telex : 225771.

PAKISTAN — Du matériel médical et d'hôpital usagé (CATSCAN, Lithotripsy, Cathlab) est recherché par des hôpitaux au Pakistan. On recherche aussi des machines petites, moyennes ou grandes, du matériel et des usines de fabrication. Communiquer avec Asaf Mirza, Mirza International Marketing Corporation, 1989, Des Roses, Carignan (Qué.) J3L 5C7. Tél. : (514) 447-7000. Télécopieur : (514) 447-4000.

SINGAPOUR — Une société recherche des articles ménagers, des articles d'hôtel et de restaurant, des fournitures en vol, des cadeaux et des appareils électriques. Joindre Peter Lek, Managing Director, Hiap Huat Pottery

(Pte) Ltd., 70 Bendemeer Road #01-01, Hiap Huat House, Singapore 1233. Tél. : 292-2433. Télécopieur : 297-2342.

SINGAPOUR — Une entreprise commerciale désire importer divers produits en acier — acier laminé à chaud en bobines, acier inoxydable en bobines, poutres en acier, aluzine en bobines. Elle recherche aussi des matières premières telles que des massets d'acier et de la fonte brute. Communiquer avec Ms. Delores Lim, Purchasing Executive, Sarana Trading Co. Pte Ltd., 545 Orchard Road #12-09, Far East Shopping Centre, Singapore 0923. Tél. : 732-3838. Télécopieur : 733-7139.

SINGAPOUR — Une société cherche des produits électro-mécaniques (compresseurs, pompes) ainsi que des machines et du matériel de bureau (imprimantes à laser, rétroprojecteurs portatifs, copieurs, imprimantes). Communiquer avec Victor Lee, Marketing Department, Singapore Precision Industries Pte Ltd., Industrial Products Division, 249 Jalan Boon Lay, Singapore 2261. Tél. : 268-9694/660-7568. Télécopieur : 264-1875. Télex : RS 38951 CIS.

SUISSE — Une firme locale désire

importer des fraises (pour fraiseuses) en acier rapides fabriquées au Canada, et représenter le fabricant de ces fraises ou être le distributeur de celles-ci. La société estime que les besoins annuels d'une entreprise moyenne de métallurgie en matière de fraiseuses est de 250 000 francs suisses, et elle considère que la distribution du produit canadien est relativement facile. Communiquer avec Warner Naef, agent commercial, ambassade du Canada, Kirchenfeldstrasse 88, Ch-3005 Berne (Suisse). Tél. : 031/446381. Télécopieur : 031/447315. Télex : 911 308 DMCN CH.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Dans le cadre d'un certain nombre de projets comportant la modernisation d'usines industrielles existantes et le développement de leur technologie de fabrication, on recherche des partenaires d'entreprises conjointes ou des accords de licence. Les partenaires d'entreprises conjointes devraient être

des spécialistes de boissons gazeuses, d'eau de source et d'installations de mise en bouteilles; de la fabrication de plastiques destinés à la consommation et aux ménages; du montage de pièces d'automobile; et de la production de produits alimentaires (mînoterie et conserveries). Communiquer avec Ross Hedvicek, Rosta Corporation, C.P. 31, Waterloo (Ont.) N2J 3Z6. Tél. : (519) 884-7981/743-1914. Télécopieur : (519) 745-6492.

YUGOSLAVIE (2540/4708) — Des partenaires sont recherchés pour l'établissement de petites sociétés mixtes dans des secteurs tels que la métallurgie, la céramique, l'électronique, l'exploitation agricole et les services. Communiquer avec : Yugoslav Chamber of Economy, Bureau for the Employment of Spare Production Capacities, Knez Mihailova 10/11, 11000 Belgrade, Yugoslavia. Tél. : (11) 634-999. Télécopieur : (11) 622-543. Télex : 11 431 YUPUB YU.

YUGOSLAVIE (2540/4710) — Une entreprise désire acquérir de la technologie de bonne qualité pour la production de produits de santé laitiers. Les coordonnées sont les mêmes que celles pour la Yougoslavie ci-dessus.

Débouchés commerciaux

L'Europe de 1992 : les alliances—

(Suite de la première page.)

financement de l'entreprise et la négociation d'un accord peuvent prendre entre 1 000 et 5 000 heures. A cet égard, le rapport offre des conseils utiles et une annexe qui contient une liste de sources de renseignements et d'aide.

L'investissement est la force motrice qui favorise le commerce extérieur et le progrès technologique. L'initiative du marché unique a entraîné une vague de fusions et de prises de contrôle par des firmes de la CE qui recherchent des économies d'échelle et par des sociétés qui, n'appartenant pas à la CE, désirent se placer au sein du marché unique.

Un réseau complexe d'alliances stratégiques se développe, ce qui a considérablement modifié la répartition des entreprises dans la CE.

Les années 1980 ont connu une énorme croissance de tous les genres d'alliances, mais surtout l'augmentation du nombre d'alliances « à plusieurs fonctions » : les alliances qui comprennent la coopération dans les domaines de la recherche et du développement (R et D), de la production et de la commercialisation.

Les alliances R et D sont favorisées par une série de programmes établis par la CE, notamment ESPRIT (Programme européen de recherche et de développement dans le domaine des technologies de l'information); RACE, un programme qui favorise les partenariats stratégiques dans le domaine des télécommunications; et BRITE/EURAM (Basic Research in Industrial Technology for European Research in Advanced Materials).

Par l'entremise de ces programmes, les sociétés canadiennes pourraient même réaliser des profits indirects au moyen d'un genre quelconque d'alliance stratégique avec un partenaire de la CE.

EUREKA (qui n'est pas un programme de la CE, mais qui participe grandement à la R et D) a été évalué par des entreprises canadiennes. La plupart des projets d'EUREKA mettent l'accent sur la robotique, les technologies de l'information, l'environnement et les biotechnologies ainsi que le transport, l'énergie et les projets au laser.

Comment choisir un emplacement
La compétitivité est grandement dé-

terminée par les capacités, les infrastructures et les possibilités de partenariat dans les régions dans lesquelles les firmes canadiennes choisissent un emplacement. La proximité des marchés, la disponibilité d'une main-d'oeuvre qualifiée, l'excellence technologique, les coûts d'exploitation stables et la qualité de la vie sont tous des facteurs dont il faut tenir compte lorsqu'on choisit un emplacement.

Passeport pour l'Europe suggère quatre régions qui pourraient intéresser les Canadiens : le Baden-Wurtemberg (l'État de haute-technologie en Allemagne, qui comprend la plus grande concentration d'instituts de recherche en Europe); la Lombardie (le coeur financier de l'Italie); Rhône-Alpes (excellent réseau de fournisseurs en France); et la Catalogne (main-d'oeuvre peu coûteuse en Espagne; Barcelone reçoit aussi des fonds s'élevant à 4,7 milliards de dollars pour l'infrastructure de l'Exposition mondiale et des Jeux olympiques d'été de 1992).

Bon nombre de sociétés dans le secteur des services sont aussi attirées par Milan, Paris, Bruxelles, Londres et Munich; tandis que les entreprises de services financiers préfèrent Zurich, la ville de Luxembourg et la région métropolitaine de Londres.

En Europe, les secteurs de l'aérospatiale, de l'automobile, de la biotechnologie, de l'environnement, des services financiers, des aliments et des boissons, et des technologies de l'information sont aussi, selon l'étude, des secteurs prometteurs pour les firmes canadiennes prêtes à étendre leur présence en Europe par des alliances stratégiques.

On peut se procurer **Passeport pour l'Europe** (mentionner le code #51EF) auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Pour de plus amples renseignements sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne (RWM), AECEC. Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

M. Andrew Griffin est un expert-conseil en communications à la Direction de la Communauté européenne d'AECEC.

Gros contrats aux États-Unis

Les entreprises canadiennes ont la possibilité de soumissionner des contrats visant des projets du gouvernement fédéral américain, qui ressemblent aux « offres permanentes » d'Approvisionnement et Services Canada.

Étant donné que l'information n'est arrivée qu'après la mise sous presse, les entreprises devront se hâter de soumissionner avant la date limite du 11 juin (les soumissions qui arriveront en retard NE seront PAS acceptées).

Communiquer avec le centre indiqué, et mentionner le numéro du projet qui vous intéresse.

1. Produits : instruments et matériel de laboratoire — matériel d'analyse de l'environnement; matériel de traçage et d'arpentage océanographique, météorologique et de la qualité de l'eau. Valeur : 42 millions de dollars sur quatre ans. Communiquer avec Novalene Burns, GSA Office and Scientific Equipment, Commodity Center, tél. : (703) 557-9406. N° du projet : 66 11 Q.

2. Produits : ameublement divers — classe, auditorium, sièges. Valeur : 30 millions de dollars sur cinq ans. Communiquer avec Dinell Cook, CSA Furniture Commodity Center, tél. : (703) 557-1288. N° du projet : 71 111 A.

3. Produits : meubles domestiques et commerciaux — tentures et quincaillerie de tentures, couvre-lits assortis, rideaux et quincaillerie d'alcôve, stores vénitiens, stores verticaux, mesure et installation. Valeur : 100 millions de dollars sur cinq ans. Communiquer avec Bonnie Larrabee, GSA Furniture Commodity Center, tél. : (703) 557-1660. N° du projet : 72 V.

4. Produits : meubles industriels — bancs de montage, tables de montage, armoires de rangement à grande capacité. Valeur : 135 millions de dollars sur trois ans. Communiquer avec Sherrill Marlow, GSA Furniture Commodity Centre, tél. : (703) 557-5214. N° du projet : 71 X1V B.

Pour obtenir des renseignements généraux sur les contrats du gouvernement fédéral des États-Unis, communiquer avec l'ambassade du Canada, Washington (D.C.). Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7726.

*Nouveau guide pratique***Les voyages d'affaires et l'ALE**

Un nouveau guide pratique vient d'être publié sur les règlements régissant les voyages d'affaires entre le Canada et les États-Unis, négociés dans le cadre de l'Accord de libre-échange (ALE).

Produit par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), le guide décrit les quatre catégories de gens d'affaires qui pourront traverser plus facilement la frontière canado-américaine :

- gens d'affaires en visite;
- personnes mutées à l'intérieur d'une société;
- commerçants et investisseurs; et
- professionnels dans certains domaines.

L'ALE affecte seulement le séjour temporaire de ces quatre catégories de personnes — toutes les autres dispositions des lois canadiennes et américaines sur l'immigration s'appliquent.

Pour chacune des quatre catégories, le guide définit qui est admissible, quelles activités sont couvertes et comment

présenter une demande.

En outre, il énumère les professions comprises dans les dispositions de l'ALE et les exigences ou équivalences minimales en termes d'études.

L'ALE prévoit des consultations annuelles entre le Canada et les États-Unis sur un nombre de questions, y compris les voyages d'affaires. Par conséquent, la liste devrait être modifiée en fonction de ces consultations.

Comme toutes les dispositions de l'ALE, les règlements régissant les voyages d'affaires sont fondés sur le principe de la réciprocité.

Les sources de renseignements sur les voyages d'affaires aux États-Unis, énumérées dans le guide, comprennent les coordonnées des points d'entrée aux États-Unis, des postes d'inspection avant le vol et du U.S. Immigration and Naturalization Service dans les principaux aéroports canadiens, ainsi que de l'ambassade des États-Unis à Ottawa et des consulats généraux des États-Unis à Vancouver, à Calgary, à Toronto, à Montréal, à Québec et à Halifax.

Pour obtenir un exemplaire du guide, communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Le tourisme : une légère amélioration

Le tourisme, le troisième secteur en importance au Canada (plus de 6,2 milliards de dollars de revenus l'année dernière), a enregistré une légère hausse de 0,7 % en 1990, le nombre de visites longues au Canada ayant atteint 15,3 millions (voir le tableau ci-dessous).

Le nombre de visiteurs provenant des États-Unis, qui comptaient pour plus de 80 % des visites, ont augmenté de 0,7 %. Sur une base annuelle, ce niveau est considéré comme favorable étant donné la faiblesse du tourisme intérieur et de l'économie aux États-Unis.

Le nombre de visiteurs provenant d'autres marchés (outre-mer) ont augmenté de 0,6 %, taux de loin inférieur à

celui enregistré pendant les quelques dernières années — très probablement en raison des événements en Europe, dans le Golfe et ailleurs dans le monde, de la faiblesse des économies sur certains marchés principaux et de la valeur élevée du dollar canadien.

Toutefois, quelques marchés d'outre-mer ont affiché des croissances spectaculaires : l'Espagne, avec 24 535 visiteurs, pour une augmentation de 23 %; le Venezuela (21 %), la Thaïlande (17 %) et la Corée du Sud (16 %).

Les diminutions les plus importantes sur le marché ont été enregistrées par la Trinité (-22 %), la Colombie (-21 %) et la Jamaïque (-15 %).

Comment percer sur le marché des États-Unis

Les exportateurs canadiens qui veulent établir un centre de distribution, un bureau de vente ou une filiale pour desservir le marché des États-Unis disposent désormais d'une aide gratuite.

On offre des conseils et de l'orientation sur le choix de l'emplacement, les prix, le transport et toutes les autres questions pertinentes.

Le service est fourni par une firme d'experts-conseils en gestion, à Toronto. Spécialisée dans le développement du commerce international, cette firme a été récemment chargée de représenter la Tennessee Valley Industrial Development Association au Canada.

La Tennessee Valley couvre sept États et est située à proximité de 75 % du marché de la consommation aux États-Unis.

Pour renseignements, communiquer avec M. Paulo Tardao, Fox Jones & Associates, 50, av. Prince Arthur, bureau 107, Toronto (Ont.). Tél. : (416) 928-0640. Télécopieur : (416) 928-1003.

RECETTES TOURISTIQUES CANADIENNES*

PAYS	1989		1990		DIFFÉRENCE %	
	Visiteurs	Revenu	Visiteurs	Revenu	Visiteurs	Revenu
	(Million de \$)		(Million de \$)			
ÉTATS-UNIS	12 184 000	3 589,9	12 267 000	3 614,3	0,68	0,68
JAPON	387 000	296,5	412 500	316,1	6,58	6,61
R.-U.	561 200	295,6	559 400	293,0	-0,32	-0,88
ALLEMAGNE	262 700	167,6	255 200	162,8	-2,85	-2,86
FRANCE	242 900	156,9	259 600	167,6	6,87	6,8
HONG KONG	117 900	101,5	125 100	107,6	6,1	6,0
AUSTRALIE	109 700	70,7	112 300	72,3	2,37	2,26
PAYS-BAS	87 500	45,9	87 000	45,6	-0,57	-0,65
MEXIQUE	63 200	44,0	63 900	44,4	1,1	0,9
TAÏWAN	33 600	31,6	39 300	36,9	16,96	16,77
CORÉE	30 600	23,2	35 500	26,9	16,0	15,9
AUTRES	1 030 700	713,9	1 041 000	721,0	0,99	0,99
TOTAL	15 111 000	5 530,0	15 257 800	6 254,0	0,97	13,0

* (Visiteurs ayant passé plus d'une nuit au Canada. Le revenu n'inclut pas les sommes dépensées pour les trajets internationaux.)

L'Allemagne :

Un triple attrait aux exportateurs canadiens

L'article suivant a été préparé par M. Dennis Baker, consul général, consulat général du Canada à Düsseldorf (Allemagne).

Déjà membre imposant de la Communauté européenne, l'Allemagne est devenue incontestablement le pays le plus grand et le plus puissant dans ce que l'on peut considérer comme le groupe économique le plus important au monde.

Actuellement, la gestion des incidences de l'unification est, à l'intérieur, la préoccupation principale du pays.

Dans les secteurs public et privé, les Allemands relèvent le défi. Il y a un haut niveau d'engagement personnel et l'on est convaincu que la tâche peut être accomplie, bien que sur une période de plusieurs années.

D'ailleurs, l'unification s'avère être un marché important pour le commerce et l'industrie.

La situation commerciale

Les besoins en matière de rééquipement et de reconstruction, sans mentionner des années de demande accumulée à la consommation, ont créé un grand élan commercial.

Dans le secteur public, les besoins d'infrastructure sont, à eux seuls (dans l'ancienne partie orientale) considérables. Les voies ferrées, les autoroutes, les réseaux de télécommunication et les hôpitaux nécessitent tous une remise à neuf importante. Cela entraînera une création de marchés non seulement pour les entreprises allemandes, mais aussi pour des partenaires commerciaux.

Dans le cadre du programme visant à établir une économie de marché, un organisme spécial, le Treuhandanstalt, a été chargé de trouver des investisseurs pour acheter les entreprises qui appartiennent à l'État (dans l'ancienne partie orientale). Jusqu'à présent, seul un petit nombre de celles-ci a été vendu et quelque 6 000 sont à vendre. Bien que prioritaire, la tâche a subi des retards considérables.

Cela est dû à un certain nombre de facteurs. Probablement, les plus grands obstacles jusqu'à présent ont été un manque de renseignements solides sur les entreprises en particulier et l'incer-

titude générale au sujet des conditions auxquelles il faut satisfaire pour prendre le contrôle d'une entreprise. Ces facteurs pourraient comprendre, entre autres, des informations financières insuffisantes sur les entreprises, des questions d'appartenance des terrains, l'étendue des obligations d'employer d'anciens travailleurs, des préoccupations relatives à des responsabilités illimitées possibles dues à la contamination encore non décelée de la terre ou de l'eau souterraine.

En outre, Treuhandanstalt n'est pas seulement un organisme d'inscription où n'importe qui peut tout simplement aller et acheter une entreprise. Mais chaque cas doit être négocié et l'organisme doit être convaincu de la bonne foi de l'acheteur éventuel. L'organisme tient en particulier à ce que les acheteurs éventuels investissent en vue de créer une entreprise concurrentielle et à ce que les acheteurs conservent le plus possible d'anciens travailleurs sans compromettre la viabilité économique.

Le Treuhandanstalt répond aux besoins de renseignements des investisseurs éventuels et sera bientôt plus en mesure de faciliter les décisions commerciales.

Les investisseurs étrangers

Les hauts-fonctionnaires allemands soulignent qu'ils encouragent les investisseurs étrangers à investir dans l'ancienne République démocratique allemande (RDA). Cependant, ils avertissent que, pour réussir, un investisseur doit disposer d'importantes ressources financières et de gestion.

Il ne faudrait pas sous-estimer l'énorme besoin d'investissements dans de nouvelles usines et machines, ni la participation dynamique de la haute direction. Cela réduit considérablement les possibilités des sociétés canadiennes, mais ne les exclut pas.

Le marché

Pour les Canadiens, le premier élément important, c'est le marché allemand lui-même.

Le pays unifié compte 78 millions d'habitants, soit une augmentation de 26 % par rapport à l'ancienne République fédérale d'Allemagne (RFA). C'est le pays qui a le plus grand nombre d'habitants dans la Communauté européenne (CE), c'est-à-dire environ 25 % des habitants de la CE. C'est aussi le pays le plus puissant sur le plan économique et, incontestablement, le chef de file de l'économie européenne.

Ce marché est, en grande partie, ouvert, l'Allemagne étant actuellement le pays commercial le plus important ainsi qu'un grand importateur et exportateur. Les Canadiens trouveront, dans ce pays, un marché réceptif pour une vaste gamme de produits et de services industriels et de consommation. Outre les exportations canadiennes traditionnelles de produits de base (pâtes et papiers, bois de construction, minerais et métaux), les Canadiens exportent de plus en plus de produits et de services finis et semi-finis.

Les possibilités

Sur le plan industriel et commercial du marché, le Canada exporte vers l'Allemagne des produits tels que le matériel automobile (d'origine et après-vente), de télécommunication, les moteurs d'avion, les machines pour scieries, les machines d'emballage, les périphériques d'ordinateurs, les machines d'étiquetage, les instruments médicaux et le matériel marin.

Les ventes à la consommation comprennent des produits divers tels que les grils au gaz, le matériel de sports d'hiver, les produits de construction pour bricoleurs et les embarcations à moteur.

Malgré de graves problèmes d'accès au marché dus à la politique agricole commune de la Communauté européenne, les exportations canadiennes de poissons et de produits alimentaires ont considérablement augmenté.

Les services sont aussi recherchés, surtout les programmes de logiciels informatiques visant à répondre à des besoins spéciaux. Le marché est

concurrentiel et les importateurs sont soucieux de la qualité; toutefois, les entreprises canadiennes désirent percer sur le marché européen ne devraient pas être découragées.

L'accès au marché de la CE

En ce qui concerne l'Allemagne, le deuxième élément important est l'accès à la Communauté européenne.

L'Allemagne ne permet pas seulement d'avoir accès au marché européen, mais elle montre aussi si un produit satisfait aux normes européennes ou non. Il peut être nécessaire d'apporter certaines modifications, mais une fois que les exigences du marché allemand sont satisfaites, le produit est probablement accepté partout dans la CE.

Même si l'Allemagne n'est peut-être pas le marché européen qu'une entreprise devrait viser en premier, ni le meilleur marché pour un produit particulier, elle a une caractéristique qui la rend très attrayante : les foires commerciales internationales.

Les foires commerciales

L'Allemagne accueille des foires commerciales et, au cours des dernières années, les divers centres ont organisé une gamme complète de foires dans presque tous les secteurs. Les centres importants sont notamment Hambourg, Hanovre, Leipzig, Düsseldorf, Cologne, Francfort et Munich.

Les foires sont vraiment internationales! Bien qu'une grande partie des affaires soit effectuée avec des entreprises allemandes et par celles-ci, le gros du chiffre d'affaires est réalisé par des ventes à l'extérieur du marché allemand! En général, les exposants canadiens ne vendent qu'environ un tiers de l'ensemble de leurs produits et de leurs services à des clients allemands.

Les foires commerciales principales sont des lieux de rencontre reconnus par la plupart des entreprises européennes et, en général, un grand nombre de sociétés d'outre-mer. Les exposants canadiens qui ont participé à ces foires apprécient grandement cet instrument de commercialisation en Allemagne.

L'Europe de 1992

A la fin de 1992, la Communauté

européenne deviendra un marché intérieur unique. Les frontières internes n'existeront plus et les personnes, les produits et les services pourront circuler de façon « en grande partie » libre.

Je dis bien « en grande partie » parce qu'il faut encore résoudre quelques problèmes internes; toutefois, leur nombre n'est pas assez important pour empêcher le fonctionnement d'un marché unique. A l'heure actuelle, on s'efforce d'harmoniser les normes, de reconnaître mutuellement les qualifica-

riaux indirects pouvant atteindre 80 % des salaires réels. Aussi, les fabricants s'intéressent-ils aux machines, au matériel et aux services qui leur permettraient d'augmenter la productivité et la qualité. Les consommateurs sont riches et prêts à payer pour les produits qui rendront leur vie plus agréable.

Voie d'accès à l'Europe de l'Est et à l'URSS

Le troisième élément important de l'Allemagne, c'est qu'elle permet l'accès aux marchés de l'Europe de l'Est et de l'Union soviétique.

Bon nombre de grands fabricants et de commerçants allemands jouissent de solides relations avec les marchés de l'Est, et pourraient être les moyens les plus efficaces pour certaines entreprises canadiennes d'étendre leurs activités à ces pays.

Par exemple, des entreprises peuvent sous-traiter dans le cadre de grands projets d'investissement où l'entrepreneur principal allemand utiliserait le matériel ou le savoir-faire spécial du Canada ainsi que le financement pour répartir le risque du projet.

Il existe aussi de nombreuses entreprises commerciales, dont bon nombre sont situées à Hambourg, qui ont des réseaux commerciaux et recherchent de nouveaux produits concurrentiels à vendre à ce marché en développement.

En particulier, les entreprises canadiennes moyennes, qui ne sont pas en mesure, sur le plan financier ou de l'organisation, de vendre directement à l'Europe de l'Est, devraient envisager de passer par l'intermédiaire d'une maison de commerce allemande. Une telle voie peut être avantageuse sur le plan économique et, en général, la maison de commerce a des intérêts spécialisés et exporte vers des marchés sur lesquels il serait trop coûteux de percer avec une gamme limitée de produits.

L'exportation sur ces marchés dépend en grande partie du produit canadien, de la taille de la société et de la stratégie de commercialisation. Certaines entreprises trouveront que vendre à une maison

(Voir page 10 : L'Allemagne.)

SOURCES DE RENSEIGNEMENTS

Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-3774. Télécopieur : (613) 995-6319.

Ambassade du Canada, Friedrich Wilhelmstrasse 18, D-5300 Bonn 1, Allemagne. Télécopieur : (011-49-228) 23 08 57. Télex : (code de destination 41) 886421 (DOMCA D).

Consulat général du Canada, Immermannstrasse 65D, 4000 Düsseldorf 1, Allemagne. Télécopieur : (011-49-211) 35 91 65. Télex : (code de destination 41) 8587144 (DMCN D).

Consulat général du Canada, Tal 29, D-8000 Munich 2, Allemagne. Télécopieur : (089) 22-85987. Télex : 5214139 (CAND D).

Consulat général du Canada, Berlin, Europa Centre, D-1000 Berlin 30, Allemagne. Télécopieur : (030) 262-9206. Télex : 185-487 CANAD A.

tions professionnelles, d'éliminer les lois limitant l'établissement d'entreprises par les non-ressortissants et de fournir, en général, un cadre permettant le fonctionnement d'un marché interne et non pas seulement une union douanière externe. Cette mesure est considérée comme une étape décisive vers l'unité européenne et la fédération politique.

Vendre à ce marché de plus de 320 millions de clients est quelque chose que chaque exportateur doit sérieusement envisager, même si, dans la plupart des cas, il faut choisir une certaine partie de ce marché et porter ses efforts sur celle-ci. Très urbanisée, industrialisée et riche, la CE est ouverte aux produits du Canada.

En général, les salaires en Europe sont élevés, surtout lorsqu'on inclut les avantages sociaux généreux qui créent, pour les employeurs, des coûts sala-

Foire de la géotechnique, en Allemagne

Cologne — Une nouvelle foire commerciale et un congrès mondial dans les domaines des géosciences et de la technologie se tiendra dans cette ville allemande renommée pour ses foires.

Les secteurs couverts par Geotechnica 1991, qui aura lieu du 18 au 21 septembre, comprennent la télédétection, le levé de terrain, la photogrammétrie, l'exploitation minière, la géologie, la géophysique, la cartographie, la climatologie et la géodésie.

La géotechnique classique sera aussi représentée à cette manifestation nouvelle par des organismes de génie civil de pointe. En outre, les entreprises d'experts-conseils auront une présence très importante; elles offriront leur savoir-faire aux autorités et aux sociétés locales dans un « centre de consultation » en géotechnique.

Les organisateurs du salon signalent que la manifestation suscite beaucoup d'intérêt — on s'attend à plus de 300 exposants et à quelque 30 000 visiteurs, 6 entreprises canadiennes s'étant déjà inscrites sur la liste des exposants.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera au salon avec une aire centrale qui comprendra un kiosque d'information et une aire d'accueil et de conférence/atelier où les sociétés canadiennes pourront faire des affaires.

Le savoir-faire canadien sera aussi représenté au Congrès international — dont le thème est « La préservation de la terre - défi à la science et à la technologie » — par 6 scientifiques supérieurs, ce qui permettra au Canada d'occuper la deuxième place après l'Allemagne pour ce qui est du nombre d'exposés.

Parmi les présentations internationales importantes prévues à Geotechnica, on compte une exposition spéciale « Activités de coordination internationales dans les domaines de la recherche sur l'environnement et de sa gestion », qui comprend des programmes tels que « L'homme et la biosphère » de l'UNESCO et les activités du secrétariat de « Global Change » (changement mondial), qui font tous partie du programme « Harmonisation du recensement de l'environnement » de l'ONU.

Bon nombre des exposants déjà ins-

crits sont des chefs de file sur le marché, tels que Zeiss, Topcon et IBM. La coopération avec la fondation Alfred-Wegener et ses 18 sociétés membres fournira un excellent forum à un dialogue utile et à l'interaction entre les entreprises à l'échelle mondiale.

Comme prime, les participants canadiens auront une bonne possibilité de prendre pied sur le marché unique de l'Europe de 1992 (plus de 320 millions de consommateurs) qui doit se concrétiser à la fin de l'année prochaine. Ce marché deviendra encore plus important avec l'ouverture des pays de l'Europe centrale et de l'Est.

Pour de plus amples renseignements sur le salon ou sur la participation, com-

muniquez avant le 30 juin avec M. William Heslop, Foires et missions commerciales - Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Tél. : (613) 996-5263. Télécopieur : (613) 995-6319. Ou communiquer avec M. Jerry Szymanowski, Direction des technologies de l'information et de l'électronique (TDE), AECEC. Tél. : (613) 995-7572. Télécopieur : (613) 996-9265.

On peut aussi joindre la coordonnatrice de la participation canadienne, Mme Edel Wichmann, Cologne International Trade Shows, 480, av. University, bureau 1410, Toronto (Ont.) M5G 1V2. Tél. : (416) 598-3343. Télécopieur : (416) 598-1840.

Les salons de l'alimentation au Japon

Osaka — On invite les entreprises canadiennes de produits alimentaires à participer à un certain nombre de salons de l'alimentation (dont l'un est relié aux hôtels), qui se tiendront en septembre prochain, au Japon.

La manifestation principale, à laquelle le consulat général du Canada à Osaka aura un kiosque d'information à côté duquel les sociétés canadiennes de produits alimentaires peuvent exposer, c'est le 4th Osaka International Hotel & Restaurant Show and the International Food & Beverage Exhibition (quatrième salon international d'hôtels et de restaurants et l'exposition internationale de produits alimentaires et de boissons, d'Osaka), du 17 au 20 septembre.

Hoteres & Foodex Osaka 91 (les deux salons combinés) se tiendra dans la région de Kansai — un marché attrayant dont le taux de croissance est élevé, et un marché qui, une fois qu'on y a pénétré, peut permettre aux entreprises de produits alimentaires de desservir l'ensemble du pays.

Exposer ses produits à ce salon, disent les organisateurs, fournit une voie d'accès au marché de l'Asie. (Au salon Foodex du printemps, 32 participants canadiens ont déclaré avoir réalisé plus de 15 millions de dollars).

Hoteres & Foodex Osaka 91 fournit aux entreprises participantes la plus importante possibilité d'étendre leurs marchés et d'en acquérir de nouveaux.

A Foodex, on expose une gamme complète de produits : des viandes et produits laitiers aux boissons alcoolisées et non alcoolisées, en passant par les produits agricoles, les céréales et les fruits de mer, les produits alimentaires congelés et réfrigérés, les produits alimentaires destinés aux centres de villégiature, les aliments en conserve et en bouteille, les aliments naturels et les condiments.

A Hoteres, les produits exposés sont, entre autres, les meubles pour institutions, le matériel de sécurité et d'urgence, le matériel de cuisine et de préparation d'aliments, les assiettes et la vaisselle, les uniformes et le matériel sanitaire.

Avant Hoteres & Foodex Osaka 91, les entreprises seront invitées à participer à un salon canadien de l'alimentation qui se tiendra les 10 et 11 septembre dans la nouvelle ambassade du Canada à Tokyo. Après ce salon, il y aura un salon canadien de l'alimentation d'une journée (le 13 septembre) à Nagoya.

Les sociétés canadiennes de produits alimentaires qui désirent participer à ces manifestations devraient communiquer avec M. Greg Bates, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8628. Télécopieur : (613) 943-8286.

Salon de la construction en URSS *Foire d'ingénierie en Tchécoslovaquie*

Moscou — On recherche des entreprises canadiennes admissibles qui participeraient au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à Stroyindustria, qui se tiendra du 4 au 12 septembre 1991.

Exposition internationale de technologie et de matériaux de construction, Stroyindustria est un lieu idéal qui permet aux entreprises canadiennes de faire la promotion de leur matériel et de leur savoir-faire dans les domaines où la demande augmente en URSS.

Ces domaines sont notamment les matériaux spéciaux et les technologies de construction telles que la construction par temps froid, l'isolation, les matériaux en béton et en ciment, les bâtiments préfabriqués, et les systèmes de chauffage, de plombage et de climatisation.

On estime que les meilleurs débouchés pour les exportateurs canadiens sont dans la construction complexe d'hôtels et de bureaux, les installations d'exploitation des ressources naturelles, la remise à neuf des bâtiments, et la construction d'appartements et de maisons.

Dans le cadre de ce projet de foire commerciale, organisé par le gouvernement, il faut verser un droit de participation; en outre, les participants doivent satisfaire aux critères du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Mme Thérèse Gervais, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur

Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Télécopieur : (613) 995-6319.

Salon des épiciers en Ohio

Columbus — Le Canada aura un pavillon national, avec de la place pour 18 à 25 exposants, à la Ohio Grocer's Association Show (salon de l'association des épiciers de l'Ohio) qui se tiendra les 28 et 29 septembre au Columbus Convention Center.

Le salon, le troisième plus grand aux États-Unis, attire des courtiers, distributeurs, représentants de chaînes de supermarchés, commerçants indépendants et détaillants de produits alimentaires spéciaux de 6 États.

Pour le pavillon national du consulat canadien, on recherche en particulier des producteurs canadiens de fruits de mer, des entreprises de vins et de boissons, de produits alimentaires congelés et préparés, et des producteurs de spécialités alimentaires.

Les autres exposants recherchés (le droit de participation est de 320 \$) sont des entreprises qui fabriquent du matériel d'exposition, des fournitures et des articles de services — surtout des produits et des services sans danger pour l'environnement.

Communiquer avec Betsy Holm, agent commercial, consulat du Canada, Suite 1008, 55 Public Square, Cleveland, Ohio 44113-1983. Tél. : (216) 771-0150. Télécopieur : (216) 771-1688. Télex : 985364.

Foire d'ingénierie en Tchécoslovaquie

Brno — Les entreprises canadiennes ont la possibilité — le recrutement a déjà commencé — de faire la promotion de leurs produits et de leurs services dans des secteurs nouveaux et traditionnels en Tchécoslovaquie.

La manifestation — à laquelle Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) aura un pavillon national — est la Foire commerciale internationale d'ingénierie de Brno, qui se tiendra du 11 au 18 septembre 1991.

Outre le marché traditionnel des pâtes et papiers, dans lequel le Canada est dynamique depuis longtemps en Tchécoslovaquie, il existe de nouveaux segments de marché prometteurs pour les exportateurs canadiens.

Ces secteurs comprennent les télécommunications, la technologie de pointe, le matériel énergétique, la remise à neuf d'hôtels, le contrôle de l'environnement et le matériel de contrôle, et les produits de consommation.

Étant donné qu'il s'agit d'une activité de promotion de l'exportation organisée par le gouvernement, les participants à la Foire doivent partager les coûts. Ils doivent aussi satisfaire aux critères du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Pour d'autres informations, communiquer avec Mme Thérèse Gervais, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Télécopieur : (613) 995-6319.

Comment décrocher des contrats chez Boeing

La persévérance en vaut la peine pour les fournisseurs canadiens qui souhaitent obtenir des appels d'offres — et, à la longue, des contrats d'approvisionnements — du Boeing Commercial Airplane Group (groupe d'aviation commerciale de la société Boeing).

Ce groupe est la plus grande filiale de la société Boeing de Seattle (État de Washington) — il s'agit d'un de ses principaux acheteurs avec des acquisitions de quelque 6 milliards de dollars

par année — qui a actuellement des commandes en souffrance de plus de 1 840 réactés, ce qui constitue un record, d'une valeur de plus de 97 milliards de dollars.

Ce rythme de production augmentera au cours des prochains mois.

Par ailleurs, on prévoit que cette nette augmentation des ventes d'aéronefs se poursuivra dans les années 2000, une prévision qui se fonde sur Vendre à Boeing Commercial Airplane Group

(#82UA), un rapport préparé par M. Arthur Fraser, consul et délégué commercial, consulat général du Canada à Seattle (Washington).

Le rapport porte entre autres sur les conditions préalables du marché, les débouchés, comment décrocher un contrat, et des conseils sur la manière de s'y prendre avec Boeing.

Pour obtenir un exemplaire du rapport, communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Des initiatives pour améliorer les services à l'exportation

Lorsqu'ils sont fournis par des entreprises canadiennes, les services de transport sont l'équivalent de transactions à l'exportation, ce qui les rend vitaux pour la performance globale du commerce extérieur du Canada.

A titre de grand pays commerçant, le Canada — dont les entreprises possèdent ou contrôlent temporairement plusieurs centaines de navires de haute mer enregistrés partout dans le monde — nécessite un réseau de transport perfectionné et efficace avec d'autres pays.

L'Allemagne—

(Suite de la page 7.)

de commerce allemande est le meilleur moyen de partager des possibilités sur un marché nouveau qui, autrement, ne semble pas intéressant.

Conclusion

Aucun exportateur canadien ne peut se permettre d'ignorer l'Europe, et conséquemment envisage d'exporter vers l'Europe doit tenir compte de l'Allemagne. L'analyse des débouchés commerciaux peut se résumer comme suit :

1. Vendre au marché allemand lui-même, le plus grand et le plus important en Europe de l'Ouest.
2. Atteindre d'autres parties de la Communauté européenne par l'intermédiaire de l'Allemagne et être capable de profiter du marché européen unique lorsqu'il sera réalisé en 1993.
3. Vendre à l'Europe de l'Est et à l'Union soviétique, par l'intermédiaire d'entrepreneurs principaux, dans le cadre de projets d'investissement ou de maisons de commerce en Allemagne.

Le service commercial du gouvernement fédéral est prêt à aider au moyen de ses bureaux à Ottawa, de ses centres du commerce international partout au Canada et des missions en Allemagne.

Les missions offrent du savoir-faire en commercialisation et sont prêtes à présenter des sociétés à des partenaires choisis en Allemagne.

Une Europe moderne, unifiée et vigoureuse offre des perspectives intéressantes aux entreprises canadiennes. Nous espérons que vous communiquerez avec nous bientôt!

Vu l'importance de tels services (le commerce extérieur annuel du Canada est d'environ 250 millions de tonnes, ce qui le place parmi les 15 premiers pays pour ce qui est du tonnage des marchandises exportées et importées), la Direction des services des transactions d'affaires et des transports (TPS) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) prend des initiatives, en 1991 et 1992, dans le but de promouvoir et d'étendre les services à l'exportation du Canada, y compris l'expédition, la logistique et les services reliés au transport maritime.

Dans le cadre d'une telle initiative, un groupe canadien de fournisseurs de services de transport a participé à l'International Expo, tenue à Atlanta (Géorgie), le mois dernier.

Une autre initiative entreprise récemment par AECEC a permis de produire le rapport intitulé *Transportation and Distribution Services Mission to the Mediterranean Region*. Ce rapport fournit une évaluation approfondie du milieu commercial à l'intention des fournisseurs de services d'expédition et de distribution, et il illustre la vaste gamme de produits et de marchandises qui circulent sur les marchés dynamiques du Portugal, de l'Espagne, de l'Italie, de la Yougoslavie et de la Turquie.

Les entreprises canadiennes qui envisagent de participer à des initiatives futures ou qui ont des idées susceptibles de permettre l'expansion des services à l'exportation du Canada, ou qui voudraient obtenir un exemplaire du rapport, peuvent communiquer avec TPS, AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 996-1225.

Numéros à noter

Voici le nouveau numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Bucharest, en Roumanie : 50-70-60.

Au Caire, en Égypte, le nouveau numéro de télécopieur est le suivant : (202) 356-3548.

Études de marché

Aspects pratiques de l'accès au marché australien et néo-zélandais sont deux ouvrages de consultation qui fournissent des renseignements concis et pratiques à l'intention des exportateurs qui désirent avoir accès à ces marchés. Ils contiennent des informations sur de nombreux aspects de l'accès au marché, y compris : les exigences du Canada et de l'Australie; les documents; les certificats d'origine; les connaissements; la réglementation douanière et les tarifs; les droits; la quarantaine; les tarifs préférentiels canadiens; les normes; l'étiquetage; l'emballage; la classification; le dumping; la compensation; et les contrôles à l'importation. Ces études contiennent aussi des sources de renseignements à l'intention des personnes qui désirent obtenir des informations plus détaillées sur tous les aspects de l'exportation vers ces marchés. On peut obtenir des exemplaires de ces études auprès de M. Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), AECEC. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

D'après l'*Étude sur l'environnement au Chili*, effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à Santiago, de bonnes possibilités existent au Chili pour les produits et les services canadiens spécialisés dans l'environnement — surtout dans les domaines suivants : traitement de l'eau et des eaux usées, gestion des déchets solides et toxiques, utilisation des instruments de contrôle de la pollution, évaluation des effets sur l'environnement, relevés géographiques et services publics urbains. Le savoir-faire et la technologie canadiens dans les secteurs de l'exploitation minière et des forêts (dans lesquels la majeure partie du matériel est assujettie à des normes canadiennes sur l'environnement) pourraient favoriser les entreprises canadiennes exportatrices dans ces secteurs. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès de Mme Denise Jacques, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

Conférences sur le transport océanique par navires de ligne

Une série de conférences qui se tiendront partout au Canada, en juin, devraient intéresser ceux qui participent au transport maritime.

Intitulées « L'Avenir du transport par navires de ligne - Concurrence et compétitivité au Canada en 1991 et au-delà », les conférences sont organisées par le Conseil canadien des chargeurs maritimes, l'Association des exportateurs canadiens, Transport Canada et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

Les manifestations porteront surtout sur les questions clés visant la compétitivité des ports, des exportateurs et des importateurs canadiens, ainsi que sur le transport par navires de ligne qui les dessert et transporte une partie importante des exportations et des importations internationales du Canada.

Les autres sujets traités aux conférences comprendront une vaste gamme de questions qui influent sur la compétitivité du système de transport canadien et des ports canadiens, ainsi qu'un aperçu des perspectives d'avenir qui concernent les expéditeurs. Voici certains des sujets qui seront traités :

- Les pénuries d'espace pour les marchandises dans les commerces maritimes importants.
- Que nous réserve l'avenir ?
- Que peut-on prévoir en ce qui concerne les prix et les services pour le transport océanique ?
- Devrait-on utiliser des ports canadiens ou américains, et pourquoi ?
- L'importance des wagons à deux niveaux.

Après les discussions du matin, il y aura des réunions de groupes de discussion pour exportateurs, importateurs et transitaires. Ces réunions leur permettront d'exprimer leur opinion sur les conférences et sur l'avenir de la Loi dérogatoire de 1986 sur les conférences maritimes.

Cette loi exempte les compagnies de transport par navires de ligne des dispositions du droit de la concurrence du Canada lorsqu'on établit les prix et les modalités de transport à certaines conditions. La Loi dérogatoire de 1986 sur les conférences maritimes doit être examinée l'année prochaine dans le cadre

des dispositions de la Loi nationale sur les transports.

Voici le calendrier des conférences :

- mardi 4 juin : Montréal
- jeudi 6 juin : Halifax
- mardi 11 juin : Toronto
- mercredi 12 juin : Calgary
- jeudi 13 juin : Vancouver.

Pour s'inscrire aux conférences, joindre M. George Rogerson, Conseil canadien des chargeurs maritimes, a/s Association des exportateurs canadiens, 99, rue Bank, bureau 250, Ottawa (Ont.) K1P 6B9. Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

L'industrie du fret aérien transatlantique

Une nouvelle étude intitulée *A Profile of Airborne Trade on the North Atlantic* (un profil du fret aérien du nord de l'Atlantique) a été publiée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

Les sujets du rapport sur l'industrie du fret aérien transatlantique comprennent : la structure de l'industrie; les services disponibles aux exportateurs canadiens; les organismes de réglementation; et l'infrastructure des aéroports.

Outre les échanges commerciaux actuels, le rapport examine les tendances et les principales prévisions relatives à l'industrie ainsi que la manière dont elles influent sur le commerce aérien entre le Canada et l'Europe.

L'Accord de libre-échange avec les États-Unis et le marché unique en Europe entraîneront sûrement des changements importants dans les relations commerciales traditionnelles Canada-Europe. En raison de ces changements, il faut effectuer un examen fondamental des relations commerciales entre les deux côtés de l'Atlantique.

Pour de plus amples renseignements ou un exemplaire de l'étude (des quantités limitées sont disponibles), communiquer avec M. Lionel Alain Dupuis, conseiller en matière de politiques -aviation, Direction des services des transactions d'affaires et des transport (TPS), AECEC. Tél. : (613) 996-6434. Télécopieur : (613) 996-1225.

Le Fonds des initiatives en développement par le secteur privé

L'Agence canadienne de développement international (ACDI) a mis sur pied un nouveau mécanisme qui permet au secteur privé canadien de mettre son expérience et ses connaissances au service du développement dans le tiers-monde.

On s'attend à ce que ce nouveau programme appelé Le Fonds des initiatives en développement par le secteur privé (FONDSDSP) permette d'établir des partenariats plus productifs entre le secteur privé canadien, l'ACDI et le secteur privé dans les pays en voie de développement.

Les agents d'exécution canadiens qui ont depuis longtemps d'excellentes relations avec l'ACDI et les pays bénéficiaires, ainsi que les nouveaux participants, auront la possibilité d'identifier et de formuler des projets de développement bilatéraux.

Les plans prévoient l'établissement du FONDSDSP dans un nombre maximal de 20 pays qui s'intéressent à long terme au milieu des affaires et dans lesquels le Canada désire encourager le secteur privé à participer au développement.

A titre de première étape dans l'établissement du nouveau programme, 4 projets sont planifiés dans le cadre du FONDSDSP : en Colombie, au Maroc, au Pakistan et au Zimbabwe.

Les 4 projets seront financés par une allocation de 5 millions de dollars à chacun des pays participants. Toutefois, la préférence ira aux propositions du secteur privé d'une valeur de 1 à 2 millions de dollars.

Le cycle des projets comporte 4 étapes :

1. La demande de proposition — voici les dates de clôture pour la réception des propositions relatives au FONDSDSP pour les 4 pays :

- Colombie : le 14 juin 1991
- Zimbabwe : le 5 juillet 1991
- Pakistan : le 19 juillet 1991
- Maroc : le 2 août 1991.

2. L'évaluation des propositions.

3. L'entente.

4. Le plan de gestion et l'exécution du projet.

Pour obtenir de plus amples renseignements

(Voir page 12 : FONDSDSP.)

AU CALENDRIER

Montréal — 4 juin — Rendez-vous d'affaires sur le Transport et les Voyages. Cette conférence/exposition, qui rassemblera des représentants de tous les secteurs de l'industrie (des voyages et du transport), traitera de sujets tels l'échange de données informatisées (EDI) et l'avenir des voyages d'affaires. Pour inscription, communiquer avec le Bureau de Commerce de Montréal. Tél. : (514) 878-4651. Télécopieur : (514) 878-2262.

Ottawa — 6 juin — Réunion du Forum for Industrial Participation sur la gestion des avantages industriels. Communiquer avec M. Bob Brown. Tél. : (613) 733-0704.

Toronto — 25-27 juin — VoicePower '91 - Conférence et exposition annuelle sur le traitement des signaux vocaux et le traitement par télécopieurs. Les conférenciers mettront l'accent sur les applications commerciales, les avantages offerts aux utilisateurs finals et les tendances futures de l'industrie des technologies de traitement des signaux vocaux et de traitement par télécopieurs, y compris la réponse vocale interactive, l'audiotex et l'éditique, les technologies vocales et la distribution automatique d'appels. Les frais d'inscription (y compris les colloques qui précèdent la conférence) sont de 895 \$. Communiquer avec Mme Susan Canzi, VoicePower Inc. Tél. : (416) 449-7229. Télécopieur : (416) 449-8944.

FONDSDSP—

(Suite de la page 11.)

gnements sur le FONDSDSP, les conditions de participation ou sur la manière de présenter les propositions, communiquer avec M. Robert Fraser, Direction générale de la coopération avec le monde des affaires, ACDI. Télécopieur : (819) 953-5024.

Publications

Publications d'AECEC

La publication suivante est disponible auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré au bas de la page).

Perspectives d'exportation en Australie : matériel d'exploitation forestière (#20CF) et matériel de scierie (#23CF) sont deux rapports qui donnent un aperçu du secteur forestier en Australie et mettent en vedette les possibilités qui s'offrent aux fournisseurs canadiens de moissonneuses, de scieries et de matériel connexe. Les rapports, qui visent à aider les fabricants canadiens à analyser l'état du marché dans ces secteurs, contiennent des listes de distributeurs, d'agents et de représentants éventuels, et ils recommandent des stratégies que les nouveaux exportateurs devraient utiliser pour percer sur ce marché.

Autres publications

L'étude **Le Marché Mondial des Équipements Utilisant l'Énergie Solaire** révèle que le Canada est pratiquement absent du nombre des pays qui exploitent le marché mondial dans ce domaine.

L'étude révèle entre autres que Burkina Faso offre « un avenir prometteur », le Sénégal « un marché intéressant », l'Irak et la Jamaïque « un marché potentiel », la Syrie des « perspectives intéressantes », le Guatemala « un marché très ouvert », et le Brésil « des possibilités réelles au sein de régions très isolées (telles l'Amazonie) ».

Pour tout renseignement sur l'étude ou pour en commander un exemplaire, s'adresser à la Librairie du Commerce International, 10, av. d'Iéna, Paris 16^e. BP 438-75233 Paris CEDEX 05. Tél. : (1) 45.05.34.60. Télécopieur : (1) 43.36.47.98.

Pour d'autres renseignements sur les débouchés canadiens pour le matériel d'énergie solaire, communiquer avec M. Robert Brault, Direction de la machi-

nerie et de l'équipement pour le transport et l'environnement (TDT), AECEC. Tél. : (613) 995-7683. Télécopieur : (613) 996-9265.

Les sociétés canadiennes qui oeuvrent dans ce domaine peuvent également communiquer avec Mme Ruth McKlusky, Société de l'énergie solaire du Canada, 3-15, rue York, Ottawa (Ont.) K1N 5S7. Tél. : (613) 236-4594. Télécopieur : (613) 236-5053.

Une étude de 200 pages sur l'Afrique, effectuée en Grande-Bretagne, prévoit qu'après deux décennies de ralentissement économique, il existe de nombreuses possibilités de redressement, surtout parmi les 3 000 entreprises d'États en Afrique, dont les trois-quarts ne sont pas rentables.

Dans l'étude intitulée **Rethinking Corporate Strategy for Africa - Opportunities and Risks in a Fast-Changing Environment**, on estime que les possibilités principales s'offrent dans les domaines suivants : l'éducation et la formation, le tourisme, les soins de santé et l'informatique, l'agriculture et l'agrinégoce, les industries de consommation, les industries d'infrastructure de base, le secteur des services, et les activités de réparation et de remise à neuf. D'après l'étude, bien que la privatisation prenne beaucoup de temps, il y aura de nombreuses possibilités pour divers intervenants clés, y compris les experts-conseils, les banques d'investissement et les banques commerciales, les entrepreneurs privés qui peuvent mener des activités de sous-traitance et les sociétés qui désirent conclure des accords d'entreprise conjointe ou acheter des entreprises publiques entièrement.

Pour commander un exemplaire de l'étude (500 \$ US), communiquer avec Business International Corporation, 215 Park Ave. S., New York NY 10003 USA. Tél. : (212) 460-0600. Télex : 175567. Télécopieur : (212) 995-8837.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°11

17 juin 1991

Le Canada se fait mieux connaître au Japon

Le Canada mène une campagne de promotion au Japon. Et ce n'est pas étonnant !

En 1990, le commerce entre les deux pays s'est élevé à 17,7 milliards de dollars.

Actuellement, le Canada a pour objectif d'accaparer une part plus importante de ce marché florissant, comme l'indiquent les manifestations suivantes :

- Plus tôt, au cours de ce mois, l'ambassade du Canada à Tokyo — qui comporte des installations exceptionnelles à la disposition des Canadiens qui font des affaires au Japon — a été officiellement inaugurée par le Premier ministre, M. Brian Mulroney.

- Cet été, un consulat du Canada sera ouvert à Fukuoka, la « porte d'accès à l'Asie ».

- L'été prochain, on ouvrira un consulat du Canada à Nagoya, le centre de la région industrielle du Japon, qui offre d'excellentes possibilités aux entreprises canadiennes.

- Pour accroître les efforts de promotion au Japon, trois représentants commerciaux honoraires seront nommés à Hiroshima, Sapporo et Sendai — villes qui sont toutes des marchés importants.

DANS CE NUMÉRO

Une banque pour l'Europe de l'Est 2

L'Europe de 1992 : les industries océanographiques 4

Foires et salons commerciaux 6-7

L'Autriche, porte d'accès à l'Est 8

Études de marchés 10

Relations commerciales

Pour apprécier cet effort, il est utile de comprendre les régions du Japon ainsi que les stratégies que les exportateurs canadiens peuvent utiliser pour pénétrer davantage un marché aux vastes possibilités.

Depuis le Plaza Accord de 1985, le marché japonais a subi des changements considérables. Le yen a monté, la demande intérieure a été stimulée, et les règlements régissant les importations ont été assouplis.

Ce qui est également important, c'est que les relations commerciales devien-

nent de plus en plus directes avec les marchés régionaux du Japon, et les entreprises établies dans les régions (par opposition à celles établies surtout à Tokyo et Osaka) s'efforcent d'établir des relations commerciales avec des sociétés homologues étrangères.

Dans l'ensemble, les marchés régionaux du Japon ont un produit intérieur brut (PIB) qui dépasse 1 000 milliards de dollars — une économie plus importante que celle du Royaume-Uni, de la France et de l'Italie, sans mentionner le Canada.

Régions et avantages

Outre la taille des marchés, il y a plusieurs autres avantages à faire des affaires avec les régions du Japon.

Un avantage important, c'est le contact avec les petites et les moyennes entreprises qui sont souvent négligées ou ignorées parmi la myriade de grandes entreprises à Tokyo.

Les sociétés établies dans les régions deviennent de plus en plus internationales; c'est ce que reflètent les échanges commerciaux : partout au Japon, des échanges directs (par opposition aux échanges par le biais de Tokyo ou d'Osaka) s'établissent de plus en plus.

Comme les produits et les services importés ne pénètrent pas autant sur les marchés régionaux que dans les grands centres, il y a des possibilités accrues pour les nouveaux produits dans les régions — où les frais d'exploitation sont de loin inférieurs à ceux de Tokyo ou d'Osaka.

Les économies régionales du Japon, traditionnellement fondées sur l'agriculture, offrent des possibilités aux Canadiens car le Japon est le plus grand importateur de produits alimentaires au monde. De plus, son agriculture inefficace et ses systèmes et marchés de distribution sont en cours de libéralisation. Au Japon, les industries agricoles, des produits alimentaires et de la pêche s'adaptent à ces changements en introduisant de nouveaux produits et

(Voir page 9 : Le Japon.)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

M. Wilson en mission au Golfe



Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, était récemment à la tête d'une mission commerciale de 40 gens d'affaires canadiens dans les Etats du Golfe (lire l'article page 3.)

Canada

*La Banque européenne pour la reconstruction et le développement***Instaurer le marché libre en Europe centrale, de l'Est**

Après 18 mois de préparations, comprenant un grand apport du Canada, la réunion inaugurale (15-17 avril dernier) de son Conseil des gouverneurs a lancé la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD) dont le siège social est à Londres.

La BERD a pour mandat de faciliter le passage des économies à planification centralisée, en Europe centrale et de l'Est, à des systèmes de marché libre et de soutenir le développement du secteur privé dans ces pays.

Le Canada et 41 autres pays et organismes sont les actionnaires de la Banque qui possède un capital souscrit initial de 10 milliards d'écus (16 milliards de dollars CAN). Le Canada, qui détient 3,4 % des actions de la BERD, est ainsi le huitième plus grand contributeur, ce qui lui donne un siège au Conseil des gouverneurs.

Les pays admissibles aux activités de la Banque sont la Bulgarie, la Hongrie, la Pologne, la Roumanie, la Tchécoslovaquie, l'URSS et la Yougoslavie.

Outre la fourniture d'aide technique et le financement de projets (activités traditionnelles des banques de développement multilatéral), la BERD mènera aussi les activités des banques d'investissement en investissant dans les capitaux propres des entreprises privées et d'État, en émettant des obligations et en fournissant des garanties, des conseils

financiers et d'autres formes d'aide.

Les priorités comprennent :

- la création et le renforcement de l'infrastructure publique, y compris l'infrastructure de réglementation, et l'amélioration dans les secteurs du transport, des télécommunications et de l'énergie;
- la privatisation;
- la réforme du secteur financier, y compris le développement du marché des capitaux et la privatisation des banques commerciales;
- l'établissement d'un secteur privé productif et concurrentiel, y compris des petites et des moyennes entreprises au sein de l'industrie, de l'agriculture et des services;
- la restructuration des secteurs industriels afin de les rendre concurrentiels;
- encourager l'investissement étranger direct; et
- la réhabilitation de l'environnement.

Au moins 60 % des activités de la BERD seront orientées vers le secteur privé et la privatisation des entreprises d'État. Les prêts et les opérations connexes de la Banque feront, s'il y a lieu, l'objet de pratiques de soumissions concurrentielles à l'échelle internationale.

En annonçant, plus tôt cette année, la participation du Canada à la Banque, l'ancien ministre des Finances et gouverneur canadien de la Banque, M. Michael Wilson, a déclaré : « La parti-

icipation du Canada à cette banque permettra aux entreprises canadiennes de profiter davantage des débouchés commerciaux dans ce secteur. La Nouvelle Europe sera une force dynamique sur la scène internationale. Pour le Canada, à titre de grand pays commercial, il est important de tirer parti des possibilités que cette situation présente. »

CanadExport offrira d'autres renseignements sur les activités et les politiques de la Banque au fur et à mesure qu'ils deviendront disponibles.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la BERD, communiquer, à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), avec la Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisations (TPF). Tél. : (613) 996-6213. Télécopieur : (613) 943-1100. Ou avec la Direction de l'expansion du commerce en URSS et en Europe de l'Est (RBT). Tél. : (613) 996-2858. Télécopieur : 995-1277.

Pour obtenir de l'aide sur la manière d'entrer en contact avec les cadres de la Banque, communiquer avec M. Robert B. MacKenzie, section commerciale et économique, haut-commissariat du Canada, Macdonald House, One Grosvenor Square, London, United Kingdom W1X 0AB. Tél. : (011-44-71) 629-9492. Télécopieur : (011-44-71) 491-3968

Voici les coordonnées de la BERD : 6 Broadgate, London, United Kingdom EC2M 2QS. Tél. : (011-44-71) 496-0060. Télécopieur : (011-44-71) 283-3464.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamors

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Adjoints à la production : Mark Leahy et Maï Juris

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (Conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : **CANADEXPORT** (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ISSN 0823-3330

Numéros à noter

Voici les coordonnées de l'ambassade du Canada à Bangkok, en Thaïlande : tél. 237-4126; immigration et visa, tél. : 237-4135; télécopieur général : 236-6463; section commerciale, télécopieur : 236-7119; agent de service, tél. : 353-1739.

Mission réussie !

Dans les pays du Golfe, les décideurs savent maintenant que le Canada s'est engagé à raffermir, à long terme, les relations commerciales et autres avec ces pays.

C'est le ministre d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et ministre du Commerce extérieur, M. Michael Wilson, qui a, en grande partie, transmis le message lors d'une visite effectuée à la région, du 4 au 8 mai dernier, à la tête d'une mission commerciale.

Les 40 dirigeants d'affaires canadiens, qui représentaient 29 organismes, ont aussi atteint leur objectif immédiat : maximiser leur participation à la reconstruction du Koweït et tirer parti de certaines possibilités en Arabie saoudite et dans les Émirats.

« C'est la première fois que nous avons réussi à rencontrer les responsables les plus haut placés; cela nous a vraiment ouvert des portes, » de dire un membre de la mission.

Un autre, qui a déclaré que le voyage a « démystifié » la région en ce qui le concerne, a été « étonné de la manière dont le gouvernement et les entreprises sont imbriqués ».

La réalisation de plusieurs grands projets a été accélérée et bon nombre de nouveaux secteurs ont été explorés, notamment : le nettoyage des déversements pétroliers; le transport en commun; les télécommunications; le logement; la construction et la gestion des projets; la technologie de production du pétrole; et les navires de forage.

Des participants à la mission ont confirmé qu'ils reviendraient dans la région pour faire le suivi des nombreux contacts qu'ils ont établis; ils estiment qu'une mission ministérielle à d'autres pays du Moyen-Orient serait très utile.

M. Wilson a dit qu'il serait heureux d'aider, si cela pouvait permettre de conclure des accords. Il a aussi indiqué que le Canada, dont l'économie est axée sur les ressources, occupe la huitième place au monde pour ce qui est de la taille de l'économie.

« C'est à vous, les gens d'affaires, et à nous, le gouvernement, de veiller à ce que le Canada profite des possibilités sur les marchés extérieurs. »

La mission a visité l'Arabie saoudite, le Koweït, et les Émirats arabes unis d'Abu Dhabi et Dubai.

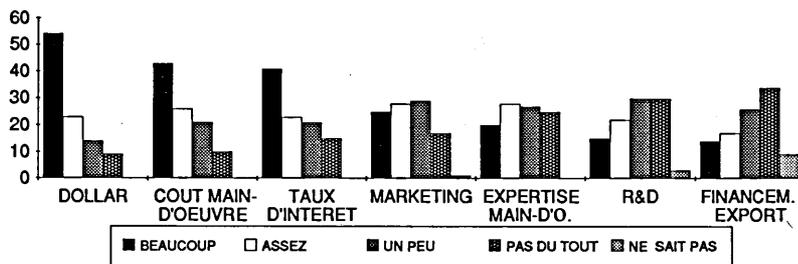
Enquête auprès des exportateurs

Les graphiques suivants sont le résultat d'une enquête de **Réalités canadiennes** portant sur 501 exportateurs canadiens, menée à l'intention d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) plus tôt cette année.

L'échantillon a été stratifié en vue d'assurer la représentation d'exportateurs dans toutes les régions du pays et dans tous les secteurs et tailles d'entreprises.

FACTEURS QUI INFLUENCENT LA COMPÉTIVITÉ

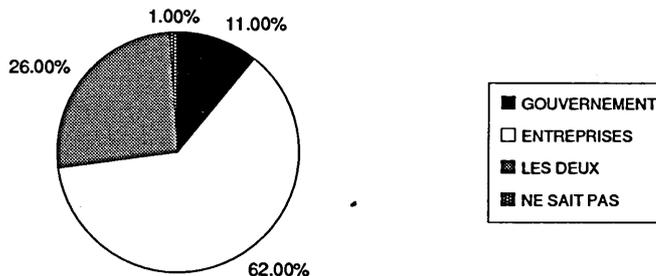
Opinion de 501 exportateurs canadiens



La valeur du dollar, les coûts de la main-d'oeuvre et les taux d'intérêt sont perçus comme étant les facteurs qui influent le plus sur la capacité d'une société d'être concurrentielle.

RÔLE DES ENTREPRISES ET DU GOUVERNEMENT

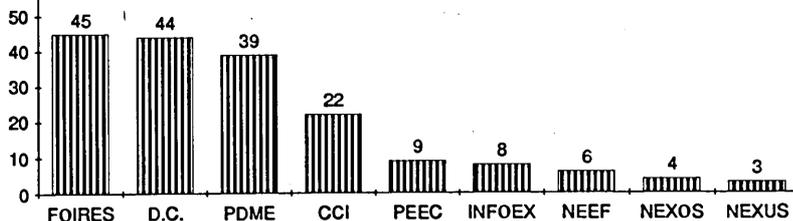
dans la promotion du commerce canadien



Les entreprises et l'industrie canadiennes (62 %) estiment que c'est elles, et non pas le gouvernement, qui devraient « jouer le rôle principal » en ce qui concerne la recherche de débouchés commerciaux à l'étranger.

UTILISATION RÉCENTE DES PROGRAMMES FÉDÉRAUX

pourcent d'utilisateurs



Voici les programmes qu'utilisent le plus souvent les exportateurs : Foires commerciales, le service des délégués commerciaux (D.C.) et le Programme de développement de marchés d'exportation (PDME). CCI=Centres du commerce international, PEEC=Prix d'excellence à l'exportation canadienne, INFOEX=Info Export, NEEF=Nouveaux exportateurs aux États frontaliers, NEXOS=Nouveaux exportateurs aux pays d'outre-mer, NEXUS=Nouveaux exportateurs aux États du Sud.

Les stratégies de marché pour les industries océanographiques canadiennes

La firme R & D Lyons Consultants Limited de Halifax prépare un nouveau rapport pour Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) dont les objectifs sont d'évaluer les débouchés pour les industries océanographiques dans la communauté européenne et de résumer les stratégies de mise en marché pour les entreprises canadiennes dans ce domaine.

Le marché mondial des industries océanographiques est évalué à quelque 480 milliards de dollars. Ce marché comprend un domaine revêtant une importance critique, soit celui de l'équipement et des services de technologie océanographique.

La similitude de l'environnement marin autour du globe et les produits de haute technologie afférents se combinent pour donner une portée internationale au marché de l'équipement et des services de technologie océanographique.

Les entreprises canadiennes du secteur des industries océanographiques sont reconnues à titre de chefs de file dans la fourniture d'équipement et de services de technologie océanographique. La survie et la croissance de nos entreprises reposent sur les exportations.

Le projet de communauté européenne de 1992 a produit des changements en Europe occidentale, un marché d'environ un tiers de la demande mondiale dans ce secteur. Il est essentiel que les entreprises canadiennes réexaminent leur rôle sur le marché européen à la lumière de ces changements.

L'un des facteurs les plus importants touchant l'aspect concurrentiel des entreprises de technologie océanographique consiste en la participation des gouvernements. Les activités de la Communauté européenne (CE) influent sur les milieux de la recherche et du développement (R et D), les politiques d'approvisionnement public, les droits sur la propriété intellectuelle, la politique fiscale et la politique industrielle. Tous ces domaines revêtent une importance pour les entreprises canadiennes lorsqu'elles définiront leurs stratégies pour le marché européen.

Démarches de mise en marché

La démarche de mise en marché choisie par une entreprise reflétera le genre de produit qu'elle offre, sa dimension et son orientation. Les entrepreneurs principaux sont des entreprises dont le chiffre d'affaires est d'au moins 100 millions de dollars, qui fabriquent des systèmes de grandes dimensions.

Les cabinets d'experts-conseils ont tendance à cultiver des liens étroits avec les entrepreneurs principaux. Les fabricants de produits et de systèmes obtiennent des ventes importantes en fournissant un produit normalisé qui satisfait aux exigences de la plupart des secteurs de l'industrie.

La plupart des entreprises de l'industrie océanographique tombent sous la catégorie des entreprises exploitant un créneau du marché, soit des entreprises qui fournissent un produit ou un service original et qui sont généralement liées à la technologie de pointe.

Parmi les produits canadiens réputés, on retrouve les joints articulés de fibre optique, les services de véhicules télécommandés, les systèmes de saisie de données acoustiques, les sondes sous-marines, le traitement et l'emmagasinage de données, les hydrophones, les systèmes de cartographie du sol marin et les instruments de soutien aux communications et à la navigation.

Les entreprises qui exploitent un créneau dépendent sur le maintien d'un atout technologique original. Une récente enquête sur les entreprises de haute technologie de la CE indique qu'environ 50 % projettent une expansion à l'extérieur du marché commun au moyen d'alliances stratégiques prenant diverses formes. Il s'agit là de considérations importantes pour les entreprises canadiennes de technologie océanographique qui cherchent des façons d'acquérir, de développer ou de commercialiser une technologie.

Le potentiel du marché par secteur

L'étude de R & D Lyons évaluera la croissance dans les secteurs composites du marché des industries océanographiques en Europe par l'étude des statistiques du marché, des dépenses re-

liées à la R et D, de la concurrence, des canaux de distribution, des contraintes réglementaires et commerciales ainsi que des stratégies d'importation.

On s'attend à ce que la majorité de la croissance se produise dans les secteurs de l'océanographie, de la défense sous-marine, du pétrole et du gaz, de l'environnement et des interfaces côtiers.

L'océanographie

Compte tenu des préoccupations face à l'environnement et aux changements climatiques, ce secteur connaît une expansion générale en Europe. Les programmes de R et D de la CE et EUREKA y jouent un rôle important.

EUREKA est un consortium formé de gouvernements d'Europe occidentale, d'importants intérêts industriels européens et de la CE qui coordonnent les efforts de R et D, surtout au sein du secteur privé. Des entreprises canadiennes participent à divers projets EUREKA.

EUROMAR est un projet de science marine proposé par le ministère allemand de la recherche et de la technologie. HALIOS est un projet né en Espagne visant la technologie de pointe pour les navires de pêche. Il existe un autre projet, pour l'instant anonyme, qui se concentrera sur les véhicules sous-marins remorqués. On envisage que tous ces projets seront admissibles à EUREKA.

Les projets de la CE ne sont pas directement accessibles aux entreprises canadiennes en l'absence d'un accord de structure entre le Canada et la CE pour la coopération en matière de science et de technologie. Cependant, les entreprises canadiennes peuvent avoir indirectement accès à de tels projets à titre de sous-traitants pour des entreprises européennes participantes. Le principal programme visant les industries océanographiques se nomme le MAST (science et technologie marine).

La défense sous-marine

La France et le Royaume-Uni sont les principaux intervenants dans ce secteur, bien que l'Italie y participe dans une moindre mesure. L'industrie euro-

(Voir page 7: L'Europe.)

Gros contrats à soumissionner aux États-Unis

Les entreprises canadiennes ont la possibilité de soumissionner des contrats visant des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (GSA). Ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnement et Services Canada.

Pour réussir, il faut se préparer dès maintenant à soumissionner. La période de soumission se termine d'ordinaire 30 jours après la date de l'appel d'offres.

Pour commencer, il faudrait téléphoner aux agents des contrats mentionnés (en indiquant le numéro d'identification du projet) afin de demander des informations de base sur la manière dont fonctionne le processus de soumission en ce qui concerne les contrats suivants. (GSA peut souvent fournir une copie de l'appel d'offres de l'année dernière, à titre de référence.)

En général, de tels contrats s'étendent sur une période de trois à quatre ans et comportent une « période ouverte » pendant laquelle d'autres entreprises peuvent soumissionner.

1. Produits : **Tables pour salle de conférence.** Valeur : 12,26 millions de dollars sur quatre ans. Communiquer avec Jeffrey Koses, GSA Furniture

Commodity Center. Tél. : (703) 557-0208. N° du projet : 71 X. Date prévue de l'appel d'offres : septembre 1991.

2. Produits : **Luminaires et lampes** — pour fins ménagers et autres. Valeur : 15 millions de dollars sur trois ans. Communiquer avec Jerry Wine, GSA Furniture Commodity Center. Tél. : (703) 557-8324. N° du projet : 62 I. Date prévue de l'appel d'offres : novembre 1991.

3. Produits : **Art et plantes murales.** Valeur : 79,6 millions de dollars. Communiquer avec Darlene Walsh, GSA Furniture Commodity Center. Tél. : (703) 557-1282. N° du projet : 72 VIII. Date prévue de l'appel d'offres : novembre-décembre 1991.

4. Produits : **Meubles divers** — ar-

moires de classement en acier, armoires de classement à tiroirs coulissants, systèmes de classement sur rayons amovibles. Valeur : 27 millions de dollars sur trois ans. Communiquer avec Ethel Willis, GSA Furniture Commodity Center. Tél. : (703) 557-2587. N° du projet : 71 III J. Date prévue de l'appel d'offres : décembre 1991.

Pour obtenir des renseignements sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis en ce qui a trait aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour obtenir des informations plus générales sur ce procédé d'approvisionnement, communiquer avec l'ambassade du Canada à Washington (D.C.). Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 687-7619.

L'adhésion à des associations commerciales américaines peut être utile

Les exportateurs canadiens qui s'intéressent au marché des États-Unis (É.-U.) devraient envisager sérieusement d'adhérer à des associations commerciales aux É.-U.

L'adhésion à de telles associations comporte de nombreux avantages qui vont de la réunion de renseignements précieux sur le marché dans un certain secteur à la participation aux foires commerciales d'une importance primordiale.

Et, selon une entreprise canadienne, Gray Tools, de Brampton (Ont.), l'Accord de libre-échange (ALE) entre le Canada et les É.-U. a grandement facilité l'accès

(Voir page 12 : Adhésion.)

Gros débouchés pétroliers et gaziers à Trinité-et-Tobago

« Les secteurs du pétrole et du gaz à Trinité-et-Tobago présentent des possibilités commerciales importantes aux entreprises canadiennes », selon M. J. Bruce Motta, conseiller (commercial) au haut-commissariat du Canada à Port of Spain.

Actuellement, on s'efforce d'arrêter la diminution de la production de pétrole, d'augmenter les réserves de gaz et d'augmenter la capacité pétrochimique — le gouvernement du pays a consacré 500 millions de dollars US à la modernisation et à l'expansion au cours des trois prochaines années.

De plus, les trois entreprises d'hydrocarbures appartenant à l'État comptent chacune de grands projets planifiés pour l'avenir immédiat. Les projets comprennent le développement d'un im-

portant gisement de gaz en mer (coût du projet : 200 millions de dollars US); la construction d'une usine de récupération de gaz naturel liquide; et l'établissement d'un nombre maximal de trois nouvelles usines de méthanol.

En outre, le gouvernement coopère avec la Banque interaméricaine de développement pour financer une série de projets, y compris l'agrandissement d'une raffinerie de pétrole, un programme de récupération de pétrole lourd (ce secteur s'intéresse beaucoup à la technologie et au matériel canadiens), et un projet d'injection d'eau — d'une valeur totale de 409 millions de dollars US.

D'après M. Motta, « un facteur clé pour réaliser des ventes, c'est d'établir des contacts directs avec les décideurs

dans les divers départements — production, ingénierie, etc. — des compagnies pétrolières. »

Le haut-commissariat du Canada maintient d'étroites relations avec ces cadres organiques et fait dynamiquement la promotion des produits et des services canadiens dans ces secteurs.

Les entreprises qui désirent contacter des cadres dans les secteurs du pétrole et du gaz devraient communiquer avec le haut-commissariat du Canada (et envoyer à celui-ci des copies de toutes les lettres), section commerciale, C.P. 1246, Port of Spain, République de Trinité-et-Tobago. Tél. : (809) 623-7254. Télécopieur : (809) 624-4016. Télex : (code de destination: 294) 22429 (22429 DOMCAN WG).

Débouchés commerciaux

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises énumérées avant de s'engager avec elles.

BRÉSIL (ID89) — Une firme de produits chimiques industriels désire conclure un accord de coopération industrielle comportant l'importation éventuelle de produits chimiques à être utilisés dans des colorants textiles (coton), d'agents antimoussants pour les procédés de production de pâtes et papier, et de produits servant à protéger la surface des métaux. Communiquer avec Joan Shnier, CPCS Technologies Ltd., 215, Old Orchard Grove, Toronto (Ont.) M5M 2E6. Tél. : (416) 485-3801. Télécopieur : (416) 485-6207.

COSTA RICA — Une entreprise commerciale bien établie désire importer de l'orge, des graines à canaris, des pois verts secs et du lin dans des conteneurs (les conteneurs peuvent contenir un seul produit ou un mélange de produits). L'entreprise veut aussi importer, dans des conteneurs, du papier à lettres non coupé, pesant 12, 15 ou 18 livres, et en rouleaux d'une largeur de 9,5 et 14 7/8 pouces. Elle désire en outre représenter des sociétés qui exportent ce genre de papier. Communiquer avec M. Ricardo Cox, Director, Holtermann y Compania SA, Box 391-1000, San Jose, Costa Rica. Tél. : 506-55-1112. Télécopieur : 506-23-7883.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise d'importation et d'exportation, établie en Grande-Bretagne, en Iran, des clients qui désirent acheter une chaîne de calandrage pour produire de la pellicule de PVC rigide, semi-rigide et tendre; de la levure de boulangerie; des usines pour la fabrication de stylos à bille; et des machines textiles pour produire des tapis à dessin. Pour obtenir des détails et des spécifications, communiquer avec H.M. Sefat, Director, Kayhan International Importers & Exporters, 9 Marianne Road, Talbot Village, Poole, Dorset, BH12 5EF, England. Tél. : (0202) 530413. Télécopieur : (0202) 520974.

HONGRIE — Une firme de matériel de télécommunication qui compte des

travailleurs et des experts hautement qualifiés dans les domaines de la conception et de l'ingénierie désire conclure un accord de coopération pour la fabrication de composants électriques pour véhicules à moteur, la fabrication d'appareils ménagers et l'installation d'antennes et de câbles interurbains. Communiquer (en mentionnant le n° de référence 90.1.0034 KC) avec M. Kilian, INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorotya u 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-3160. Télécopieur : (361) 118-3732.

SINGAPOUR — Une société spécialisée dans les appareils désire importer des produits de consommation pour restaurants et hôtels; des appareils électriques d'hôtel (séchoirs muraux, machines à glaçons); du bois-d'oeuvre et des produits en bois reliés à la consommation. Communiquer avec Koh Phee Bin, Managing Director, Kenwood Appliances Singapore Pte Ltd., 66 Tannery Lane #03-07, Sindo Building, Singapore 1334. Tél. : 749-0989. Télécopieur : 749-0717.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant de traceurs de graphiques qui assemble des ordinateurs individuels recherche des entreprises canadiennes désirant conclure un accord d'entreprise conjointe pour la fabrication de traceurs de graphiques automatiques, de produits mécaniques de précision et l'assemblage d'ordinateurs individuels. Communiquer avec Ing. Jiri Ber, Aritma Praha, Statni Podnik, Luzna 591, 160 05 Praha 6-Vokovice, Tchécoslovaquie. Tél. : 36-63-21. Télécopieur : 121009/121695.

VENEZUELA — Une entreprise de fabrication de papier spécial désire conclure un accord d'entreprise conjointe pour fabriquer des papiers spéciaux devant être utilisés dans les domaines des arts, de l'imprimerie et de la sécurité (filigrane). Communiquer avec Giovanni Siciliano, Le Cartiere, Edif. Yocoima, Av. Francisco Solano, Las Delicias de Sabana Grandé Piso 9, Of. 9-D, Caracas, Venezuela. Tél. : 717041/727041. Télécopieur : 727036.

Foires commerciales internationales

Un certain nombre de foires internationales auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas, mais auxquelles pourraient s'intéresser des entreprises canadiennes, ont lieu à l'échelle internationale. En voici quelques-unes.

• **Seoul International Instrumentation Exhibition '91** (Seoul Instrument '91) (exposition internationale de l'instrumentation) — 13-17 septembre — Séoul (Corée). Cette foire comporte des instruments de mesure et de vérification ainsi que des systèmes de contrôle et d'automatisation.

• **Seoul International Building and Construction Exhibition (SEBEX '91)** (exposition de la construction) — 17-28 octobre — Séoul (Corée). Cette exposition comprend des matériaux et du matériel de construction.

• **Korea International Auto Parts and Accessories Show '91 (KAPAS '91)** (salon international des pièces et des accessoires d'automobile) — 13-17 novembre — Séoul (Corée). C'est une foire commerciale qui présente des pièces, des accessoires et du matériel d'entretien d'automobile.

On peut obtenir d'autres informations sur ces trois foires commerciales, organisées par la Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA), auprès des sociétés affiliées de KOTRA, établies au Canada : Korea Trade Centre, Suite 1710-505, One Bentall Tower, 505 Burrard Street, Vancouver V7X 1M6. Tél. : (604) 683-1820/687-7322. Télécopieur : (604) 687-6249. Ou auprès du Korea Trade Centre, 600-65 Queen Street West, Toronto M5H 2M5. Tél. : (416) 368-3390. Télécopieur : (416) 368-2893.

• **ITMA** — 24 septembre-3 octobre — Hanovre (Allemagne). Cette foire, qui se tient tous les 12 ans et attire des exposants de plus de 30 pays, comporte tous les genres de machines textiles (les machines de filage, de torsion et d'envidage, métiers à tisser industriels, machines de tricotage et de filage). Communiquer avec Organisationskomitee ITMA '91, Lyoner Strasse 18, D-6000 Frankfurt/M. Tél. : (69) 6603-271. Télécopieur : (69) 6603-329. Tél. : 411-321.

Salon de l'électronique en Inde

New Delhi — L'augmentation de la fabrication dans le domaine de l'électronique et la libéralisation des lois relatives à l'importation de la technologie pourraient être propices à une exploration plus poussée de ce marché en Inde par les exportateurs canadiens.

Une manière d'évaluer les possibilités qu'offre le marché ou de percer sur celui-ci, c'est de participer à la **2nd Internecon/Semiconductor India 91 Exhibition and Conference** qui se tiendra du 10 au 13 décembre au Pragati Maidan, à la Nouvelle Delhi.

India 91 est consacrée aux relations entre l'emballage, la conception, la fabrication et la mise à l'essai des circuits, nécessaires à la commercialisation rentable des produits électroniques.

En Inde, la production dans le domaine de l'électronique a atteint 5,5 milliards de dollars en 1989, le taux de croissance composé annuel ayant été d'environ 30% pendant les années 1980. De plus, on a libéralisé les concessions

de licences, l'importation des technologies et les investissements effectués par des entreprises étrangères. Les droits à l'importation et les taxes sur les biens de production, les matières premières et les produits finis ont aussi été rationalisés, une tendance qui devrait se poursuivre tout au long des années 1990.

Pour tous renseignements ou pour participer — ni Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ni le haut-commissariat du Canada ne participeront directement — communiquer avec le conseiller commercial, haut-commissariat du Canada, 7/8 Shantipath, Chanakyapuri, New Delhi — 110 021, India. Télex : (code de destination : 81) 031-72363 DMCN IN. Télécopieur : (011-91-11) 687-6500 poste 401.

Ou communiquer avec M^{me} D. Kennedy, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), AECEC. Tél. : (613) 995-7689. Télécopieur : (613) 996-4309.

L'Europe de 1992 : les stratégies

(Suite de la page 4.)

peénne de la défense, dans son ensemble, est instable (on réévalue les questions reliées à la sécurité en Europe).

Le pétrole et le gaz

Ce secteur connaît une recrudescence à court terme à la suite d'une augmentation normale des prix du pétrole au cours des prochaines cinq années environ. Les sous-secteurs de l'ingénierie lourde semblent être bien développés, mais il existe un intérêt considérable pour les nouvelles technologies comme la robotique. L'Allemagne, la France et le Royaume-Uni sont les principaux participants dans ce domaine. L'Italie joue aussi un rôle important, en particulier dans les domaines des technologies bien développées.

Les industries de l'environnement

Les conférences ministérielles de la Mer du Nord ont produit un certain nombre de directives de la CE sur les mesures de lutte contre la pollution. Ces conférences servent d'aiguillon au secteur de l'environnement marin en Europe. Le Royaume-Uni met déjà en vigueur des lois visant à réglementer les émissions industrielles et agricoles dans l'environnement marin. Ces règlements

exigent que les industries se surveillent elles-mêmes. Cette démarche a ouvert la porte à d'énormes débouchés en instrumentation.

Les influences sur les régions côtières

Le Royaume-Uni, les Pays-Bas, le Danemark et le nord de l'Allemagne seront particulièrement touchés par tout rajustement nécessaire à l'augmentation du niveau de la mer. Il existe des capacités industrielles répandues dans ce secteur, mais les Pays-Bas, ainsi que les filiales néerlandaises dans d'autres pays, occupent une position dominante en techniques de dragage.

Le rapport en voie de rédaction visant l'Europe de 1992 et les industries océanographiques sera offert par AECEC à l'automne; une série de colloques suivra sa publication dans les villes pertinentes au Canada.

Pour tous renseignements sur l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne à AECEC, au (613) 996-2727.

Andrew Griffin est un expert-conseil en communication auprès de la Direction de la Communauté européenne d'AECEC. Tél. : (613) 996-8771.

Le premier salon international de la confiserie à Tokyo

Tokyo — La participation à une manifestation prometteuse permettra de pénétrer sur le marché énorme et croissant de la confiserie au Japon, d'une valeur de 17 milliards de dollars US.

La première **International Confectionery Tokyo 1991 (ICT'91) Exhibition** (salon international de la confiserie de Tokyo 1991), qui aura lieu du 11 au 14 septembre au Sunshine City Convention and Exhibition Center, est aussi une porte d'accès à d'autres marchés florissants et très concurrentiels — en particulier, la Corée et Taiwan — dans la région de l'Asie et du Pacifique.

Le salon est beaucoup plus qu'une exposition de la confiserie et des casse-croûte. Une superficie sera consacrée au matériel de transformation de la confiserie — le Japon dépend presque entièrement du matériel de transformation divers importé — et aux machines d'emballage.

Outre le matériel, cette aire comprendra aussi des expositions de matières premières et d'ingrédients destinés à la confiserie (aromatisants, édulcorants, etc.).

En raison des récentes réductions des taux tarifaires à l'importation, de l'appréciation du yen, du changement des goûts sur le marché japonais (les produits japonais traditionnels sont vendus en même temps qu'une variété de plus en plus grande de sucreries et de casse-croûte de style occidental), la demande de produits importés croît au taux de 18 à 20% par an.

Ce qui augmente les possibilités sur le marché (et qui fait d'ICT'91 la manifestation à laquelle devraient participer les producteurs et les distributeurs pour acquérir leur part du gâteau), c'est qu'au cours des années 1990 les canaux de distribution au détail et en gros, qui étaient étroitement contrôlés, deviennent de plus en plus ouverts et sont régis par des règlements nouveaux.

Pour tous renseignements sur ICT'91, communiquer avec M. Greg Bates, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-8628. Télécopieur : (613) 943-8286.

Le marché des communications informatiques en France

D'après un intervenant du monde des affaires qui vend sur le marché français des communications informatiques, les affaires sont explosives.

La tendance vers le remplacement des gros ordinateurs par des réseaux de mini-ordinateurs est bien établie en France, tout comme en Amérique du Nord. Les réseaux locaux (RL) sont presque aussi courants dans les entreprises françaises qu'au Canada.

Il s'agit là d'une des constatations d'une analyse du marché des communications informatiques en France réalisée par l'ambassade du Canada à Paris.

Selon cette étude, on met actuellement l'accent sur l'interconnexion des RL, et le branchement des réseaux complexes qui en découle, sur des distances plus grandes au moyen de X.25 et de réseaux numériques à intégration de services (RNIS), deux technologies dans lesquelles la France est très avancée. Les fabricants canadiens qui sont déjà présents sur ce marché parlent du besoin de souplesse et d'adaptation des systèmes vendus en France. Il est très important de pouvoir communiquer entre les nombreux types de systèmes en place.

Le prix des logiciels et du matériel de micro-informatique est de 25 % plus élevé dans les pays d'Europe qu'en Amérique du Nord et l'équipement de communication informatique ne fait pas exception.

Il existe plusieurs façons de s'établir en France. Les distributeurs et les intégrateurs de systèmes, de même que les fabricants de produits, cherchent à vendre une gamme complète de produits. Par conséquent, les producteurs de produits orientés vers un créneau, comme les ponts, les passerelles ou les assembleurs/désassembleurs de paquets à haute vitesse, qui ont des avantages techniques sur leurs concurrents, susciteront l'intérêt en France.

L'analyse comprend un aperçu du réseau Minitel français, des informations sur les réseaux de commutation de paquets Transpac, le réseau numérique à intégration de services (RNIS), les communications par satellite, les réseaux locaux (RL), les noms des prin-

cipaux intervenants, les normes et les homologations de types, de même que les noms des opérateurs de systèmes, d'organismes professionnels, de publications commerciales et l'utilité de la participation aux foires commerciales.

Pour de plus amples renseignements sur le marché des communications en France, ou pour obtenir un exemplaire de cette analyse, communiquer avec M. Jim Kerr, Direction des technologies de l'information et de l'électronique (TDE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-7558. Télécopieur : (613)

996-9265.

Ou communiquer directement avec M. Peter Tanner, troisième secrétaire (commercial), ambassade du Canada, 35, av. Montaigne, 75008 Paris. Tél. : (33-1) 47 23 01 01. Télécopieur : (33-1) 47 20 19 44.

Pour des renseignements généraux sur les débouchés commerciaux en France, communiquer avec M. Robert Leblond, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie avec l'Europe de l'Ouest (RWT), AECEC. Tél. : (613) 996-2363. Télécopieur : (613) 995-6319.

L'Autriche, porte d'accès à l'Europe centrale et de l'Est

Située au coeur de l'Europe, l'Autriche permet aux exportateurs canadiens de percer sur les anciens pays de l'Europe de l'Est.

Ce pays compte déjà 15 % de toutes les entreprises conjointes entre l'Est et l'Ouest, ce qui représente un investissement d'environ 250 millions de dollars. Cela le place au deuxième rang après l'Allemagne.

Avec un marché intérieur croissant rapidement, l'Autriche offre aux entreprises canadiennes de nouvelles possibilités d'investissement et de transfert de technologie et de nombreuses possibilités d'accords de coopération avec des firmes autrichiennes en Europe de l'Est. Les secteurs de la consultation, de la construction et de l'ingénierie offrent des possibilités clés.

A long terme, l'Autriche prévoit qu'elle tirera parti de son emplacement excellent en ce qui concerne les installations de production, le financement, le commerce et les services destinés aux marchés de l'Europe de l'Est, en particulier la Hongrie, la Tchécoslovaquie et la Yougoslavie.

Étant donné l'essor sans précédent de l'économie autrichienne, qui crée une forte demande intérieure, et en raison de la valeur relativement faible du dollar canadien, les exportations canadiennes à ce pays devraient augmenter davantage — elles ont déjà augmenté de plus de 20 % en 1990.

Pour de plus amples renseignements sur ces possibilités, on peut consulter un livret produit par l'Austrian Federal Economic Chamber, Department of Trade Policy and Foreign Trade.

Intitulé *Austria - Gateway to Eastern Europe* (l'Autriche - une porte d'entrée vers l'Europe de l'Est), ce livret contient une liste des fabricants autrichiens dans un certain nombre de secteurs spécialisés dans l'exportation à l'Europe de l'Est. Il contient aussi les noms des représentants autrichiens pour le commerce de contrepartie avec l'Europe de l'Est.

Pour de plus amples renseignements sur les possibilités commerciales en Autriche, ou pour se procurer un exemplaire du livret (le nombre en est limité), communiquer avec Mme Linda Brazeau, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-7544. Télécopieur : (613) 995-6319.

Pour une meilleure présence canadienne au Japon

(Suite de la première page.)

technologies en vue de relever les défis des nouveaux intervenants.

La présence du Canada

Dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche à Hokkaido, par exemple, le Canada a effectué des percées par la vente de bétail et de matériel génétique bovin, d'aliments pour animaux et d'une vaste gamme de produits alimentaires.

Un autre domaine qui intéresse le Canada, c'est le secteur des produits forestiers et de la construction où les marchés régionaux offrent de nombreuses possibilités d'expansion.

Dans les centres régionaux, la construction de logements est très active et l'on utilise les charpentes et les matériaux en bois. Cela a permis d'exporter vers ce marché du bois de construction 2x4, car certains constructeurs dans les centres régionaux ont tendance à être de petites entreprises qui ont commencé à s'approvisionner à l'extérieur.

Le marché régional offre des débouchés pour le Canada

Dans le cadre de sa série *Perspectives d'exportation au Japon*, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) publiera des rapports sur les principaux marchés régionaux du Japon — toutes les régions dans lesquelles le Canada participe de plus en plus.

Voici une description des régions et des débouchés qu'elles pourraient offrir aux entreprises canadiennes :

Fukuoka, sur l'île située le plus au sud de Kyushu (15 millions d'habitants), améliore ses relations commerciales avec les pays voisins, en particulier la Corée et Taiwan, ce qui en fait une porte d'accès éventuelle pour les entreprises canadiennes sur ces marchés.

Des possibilités immédiates existent pour les produits forestiers, les matériaux de construction, les produits alimentaires transformés et les produits de consommation canadiens. A Kyushu, la croissance des industries de l'automobile offrira des possibilités accrues aux sociétés canadiennes.

Nagoya, dans la région de Tokai, le cœur industriel du Japon, fait partie des principaux réseaux de transport Tokyo-Osaka. Avec 2,15 millions d'habitants, c'est la quatrième ville du Japon.

Étant donné que l'ensemble de la région compte plus de 10 millions d'habitants, il existe donc un marché éventuel excellent pour les matériaux de construction, les produits alimentaires, les produits de consommation, les machines, l'aérospatiale et les matériaux destinés aux industries de pointe, du Canada.

Sapporo, sur l'île d'Hokkaido, est la ville japonaise la plus grande au nord de Tokyo; elle est située près d'un aéroport susceptible de devenir la nouvelle porte d'entrée au Japon des marchandises et des passagers étrangers.

L'économie de la région est surtout fondée sur l'exploitation des ressources, y compris l'agriculture, la pêche, la forêt et le tourisme. Dans tous ces secteurs, la coopération avec le Canada a lieu et elle offre des perspectives d'avenir, surtout en ce qui a trait aux exportations à valeur ajoutée.

Sendai, à l'extrémité nord de Honshu, dans la région de Tohoku (qui deviendra bientôt un important centre de dis-

tribution des produits importés), est une région axée sur la fabrication et les services, ainsi qu'un centre touristique.

En ce qui concerne le savoir-faire canadien, des possibilités existent dans les domaines des maisons en bois rond, de la conception des lieux de vacances, et des travaux dans d'autres domaines reliés aux loisirs.

Hiroshima, aussi située sur l'île de Honshu, dans une région qui compte environ 8 millions d'habitants, offre des possibilités dans les secteurs du bois de construction, des matériaux de construction, des produits alimentaires et de consommation. Comme elle abrite la société Mazda Motors, elle est susceptible d'offrir des débouchés aux fabricants de pièces automobiles.

Pour d'autres renseignements sur le Japon et les débouchés dans les régions mentionnées ci-dessus, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. : (613) 995-1281. Télécopieur : (613) 943-8286.

Nouveau service de transport entre Vancouver et le Pérou

L'établissement, par la société Greer Shipping Ltd., Vancouver (C.-B.), d'un nouveau service de transport de marchandises entre Vancouver et Callao, au Pérou, facilite les exportations canadiennes vers ce pays.

Les marchandises les plus importantes qui sont actuellement exportées de Vancouver au Pérou sont les pois verts cassés, les lentilles, le maïs éclaté, le maïs jaune et les fèves de soja.

On peut communiquer avec la Greer Shipping Ltd. à l'adresse suivante : 1500, rue Georgia ouest, Vancouver V6G 2Z6. Tél. : 0453401 GREER-OTIDE VCR. Aux soins de Mme Ilona Deczki.

Les autres compagnies importantes qui transportent les marchandises vers, et en provenance de, Vancouver sont :

1. Tecnica Naviera Y Portuaria, Jr. Colon 260, Segundo Piso, Callao (Pérou). Tél. : 299075/299309. Télécopieur : 659070. Aux soins de M.

German Castillo, directeur général (qui représente la ligne argentine Elma).

2. The Pacific Steamship Navigation Co. (qui représente la ligne argentine Navicana), Av. Larco 101, Piso 12, Miraflores, Lima (Pérou). Tél. : 470512/470702/458649. Télécopieur : 477072.

3. Une troisième compagnie qui transporte une petite partie des marchandises vers, et de, Vancouver, c'est la ligne argentine Maruba, représentée par Moises Woll Shipping Agents, Av. Saenz Pea 177, Callao (Pérou). Tél. : 652778. Télécopieur : 659070.

Pour de plus amples renseignements sur les services d'expédition entre le Canada et le Pérou, communiquer avec M. Georges Lemieux, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 943-8806.

ÉTUDES DE MARCHÉS

Les entreprises conjointes au Bangladesh

Le Bangladesh offre aux sociétés canadiennes des possibilités d'entreprises conjointes dans plusieurs secteurs industriels. Voilà ce qui ressort de l'étude *Possibilités de coentreprises au Bangladesh - Rapport sur le climat général de l'investissement étranger au Bangladesh* préparée pour le compte du haut-commissariat du Canada à Dhaka, Bangladesh. L'étude a identifié les quatre sous-secteurs suivants : les matrices et les moules; l'électronique; le cuir; et l'emballage. L'étude identifie 16 sociétés du Bangladesh désireuses et capables de former des entreprises conjointes dans ces quatre sous-secteurs. En plus d'examiner en détail le climat de l'investissement et les procédures se rapportant à l'investissement étranger, l'étude offre une liste détaillée des organismes gouvernementaux et privés. Pour tout renseignement sur les débouchés au Bangladesh ou pour obtenir une copie du rapport, communiquer avec Mme Deborah Kennedy, Direction de l'expansion du commerce en Asie-Pacifique (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-7689. Télécopieur : (613) 996-4309.

Le tourisme à Cuba

Les sociétés canadiennes ont de nombreuses possibilités de fournir à Cuba des produits et du matériel reliés au tourisme car ce pays prévoit construire 30 000 chambres d'hôtel au cours de la prochaine décennie. Selon l'étude *L'industrie du tourisme à Cuba*, les entreprises canadiennes peuvent aussi participer, au moyen d'entreprises conjointes avec des organismes cubains, à la construction d'hôtels et d'autres installations touristiques. Le gouvernement cubain, déterminé à faire de Cuba une destination touristique principale dans les Antilles, considère que l'industrie touristique internationale est un secteur prioritaire dans son programme de développement dont la valeur sera, de 1991 à 2000, d'environ 500 millions de dollars US. Pour obtenir des renseignements sur les débouchés touristiques de Cuba, ou un exemplaire de l'étude,

communiquer avec M. George Sibley, Direction de l'expansion du commerce dans les Antilles et en Amérique centrale (LCT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 996-0677.

L'environnement au Chili

D'après l'étude *sur l'environnement au Chili*, effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à Santiago, de bonnes possibilités existent au Chili pour les produits et les services canadiens spécialisés dans l'environnement — surtout dans les domaines suivants : traitement de l'eau et des eaux usées, gestion des déchets solides et toxiques, utilisation des instruments de contrôle de la pollution, évaluation des effets sur l'environnement, relevés géographiques et services publics urbains. Le savoir-faire et la technologie canadiens dans les secteurs de l'exploitation minière et des forêts pourraient favoriser les entreprises canadiennes exportatrices dans ces secteurs. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès de Mme Denise Jacques, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les secteurs en Indonésie

Un certain nombre de profils de secteurs et de feuillets d'information ont été produits par l'ambassade du Canada à Djakarta (Indonésie). Leur but est de servir comme documents à distribuer aux entreprises canadiennes qui font les demandes de renseignements préliminaires, comme sources d'informations générales et comme matériel d'information destiné aux fonctionnaires. Ces profils contiennent notamment des données sur les marchés, une description de la manière d'accéder au marché, des listes de manifestations de promotion commerciale, des sources d'information, des listes de bureaux gouvernementaux et d'autres publications. Des feuillets séparés contiennent des données (renseignements généraux) sur l'Indonésie, une liste du personnel du service commercial de l'ambassade du

Canada et les secteurs de responsabilité, et les principales exportations canadiennes à l'Indonésie (1988-1990).

Les profils portent sur les secteurs suivants : les produits agricoles et alimentaires; les banques; les produits chimiques et les plastiques; les services d'experts-conseils; l'enseignement et la formation; le matériel électrique; les produits de santé; les investissements étrangers; le fer et l'acier; le matériel relatif au pétrole et au gaz; et les télécommunications.

On peut se procurer des photocopies des profils auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-7659. Télécopieur : (613) 996-4309. Pour obtenir des exemplaires ou des renseignements supplémentaires sur les possibilités commerciales dans cette région, communiquer directement avec la section commerciale, ambassade du Canada, Wisma Metropolitan 1, Jalan Jen. Sidirman, Kav.29, Jakarta, Indonesia. Tél. : (62-210 510-709. Télécopieur : 962-21) 578-2251.

Les transports en Malaisie

En Malaisie, le secteur du transport connaît une période de croissance rapide et de réorganisation. Les entreprises canadiennes peuvent jouer un rôle important, selon l'étude *Malaysian Sector Profiles: Transportation*, préparée pour le haut-commissariat du Canada à Kuala Lumpur. Mais pour réussir, les entreprises canadiennes devront établir une présence locale (en nommant des agents malaisiens compétents). Les possibilités visent notamment tous les aspects du transport aérien, des chemins de fer, des ports, des automobiles et des routes. L'étude offre aussi de bons conseils sur la meilleure façon de réussir dans ce marché. Pour plus de renseignements sur les possibilités commerciales éventuelles en Malaisie, ou pour obtenir un exemplaire de l'étude, communiquer avec Mme Louise Branch, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Télécopieur : (613) 996-4309.

La Suisse : le marché des communications

En 1989, on a estimé que la valeur du marché des télécommunications en Suisse était d'environ 3,3 milliards de dollars CAN, ce qui représente une croissance de 7,4 % par rapport à l'année précédente.

Le pays est un centre international d'activités dans les secteurs des banques, de l'assurance, du commerce et des organismes internationaux — secteurs qui exigent des systèmes de communication modernes.

En Suisse, la majeure partie de la technologie est utilisée au moyen d'accords de licences ou d'entreprises conjointes, bien qu'il existe des fabricants intérieurs de câbles et de dispositifs en fibres optiques.

Pour accéder aux secteurs des télécommunications, des transmissions de données, des communications par satellite et des communications spatiales en Suisse, les exportateurs canadiens devraient établir des relations avec des sociétés suisses qui ont de bonnes relations avec les Postes, Téléphone, Télégraphe (PTT), et effectuer des visites fréquentes pour maintenir une présence et se faire bien connaître.

Contexte

Dans le passé, les réseaux de télécommunication en Suisse étaient contrôlés par les PTT qui ont un monopole exclusif dans les secteurs de la poste, du téléphone et des télécommunications. De plus, les PTT mettent à l'essai et autorisent tout le nouveau matériel.

On prévoit que la loi proposée de libéralisation des PTT sera approuvée et mise en application à la fin de 1991 ou au début de 1992. Certaines mesures ont déjà été prises (par exemple, les modems ont été déréglementés en 1989). Toutefois, les PTT conserveront le contrôle du réseau public et des services de base.

L'industrie suisse des télécommunications est préoccupée car ses systèmes ne sont pas compatibles avec ceux utilisés en Europe, le pays n'étant pas membre de la Communauté européenne (CE). Cependant, le pays s'efforce de se conformer aux normes de la CE.

Secteurs d'intérêt

Les secteurs de développement qui

pourraient intéresser les fournisseurs canadiens de produits et de services comprennent les suivants :

Le réseau numérique à intégration des services (RNIS) : la première phase du RNIS suisse, intitulée IFS-Swissnet, sera achevée d'ici 1992 et fonctionnera à un taux de 64 kilobits par seconde. Les améliorations de la phase deux, qui doivent être achevées en 1991, permettront au réseau à large bande d'utiliser un taux de 2 millions de bits par seconde.

Les nouveaux câbles qui doivent être installés pour les installations extérieures principales seront en fibres optiques et les centraux de transit secondaires (30 %) seront en hyperfréquences.

Des services de données de commutation par paquets sont fournis par le réseau PTT Telepac, qui utilise le Northern Telecom X.25 dans le cadre d'un accord de licence par l'intermédiaire d'ASCOM, la plus grande entreprise de télécommunication en Suisse. Les circuits et les lignes spécialisées sont aussi contrôlés par les PTT.

Videotext compte 50 000 abonnés jusqu'à présent. Les studios de vidéoconférence sont contrôlés par les PTT et peuvent être loués.

Les téléphones mobiles utilisent des systèmes (analogiques) Natel A, B et C; le plus récent, Natel C, qui compte déjà 130 000 abonnés, a atteint 95 % de sa capacité. Le système suivant, Natel D (numérique), qui doit être établi l'année courante, ne sera disponible qu'à Genève en rapport avec les Jeux olympiques d'Albertville de 1992 en France.

Les satellites, qui permettent à la Suisse d'avoir accès (au moyen d'antennes paraboliques) aux programmes télévisés, comprennent PanAMSat, Intelsat VA-F1, Eutelsat 1FA, Eutel 1F4, Astra 1A, Eutelsat F5, Kopernicus, Telecom 1C et La Sept. Les règlements concernant le matériel au sol varient d'une région à l'autre.

A l'intérieur, il existe trois stations nationales de télévision (allemande, française et italienne) qui diffusent sur les bandes VHF et UHF en utilisant les normes B et GPAL. La télévision payante est disponible sur une petite échelle par l'entremise de Rediffusion, une société de câblo-

distribution, et Télé-Cinéma romande.

Foires commerciales

• **Telecom, Genève** — C'est la plus importante foire commerciale de télécommunication. Tenue tous les quatre ans, elle est organisée par l'Union internationale des télécommunications (UIT), un organisme de 162 pays établi à Genève. Le Canada participe régulièrement avec un pavillon national.

• **Ineltec, Bâle** — Alternant avec **SwissData** tous les deux ans, ce salon (du 1^{er} au 13 septembre 1991), porte sur le matériel, les instruments et les contrôles de fabrication électroniques.

• **SwissData, Bâle** — Alternant avec **Ineltec**, ce salon, qui se tient tous les deux ans, comprend des ordinateurs, du matériel de périphérie et des logiciels.

• **FERA, Zurich** — C'est un salon annuel de produits électroniques qui se tient généralement en août.

• **Videotext Forum, Bâle** — Salon annuel qui se tient généralement en septembre.

• **Space Commerce, Montreux** — Conférence et foire commerciale internationales qui se tiennent tous les deux ans. Elle portent sur les satellites, les communications, la télé-détection, le traitement des matériaux et les services de lancement et de soutien.

• **Symposium et exposition internationaux de la télévision, Montreux** — C'est la plus grande conférence et foire commerciale techniques en Europe; elles se tiennent tous les deux ans.

Pour renseignements sur les possibilités qui s'offrent aux Canadiens sur le marché des produits et des services de technologie de pointe ou sur les foires commerciales mentionnées plus haut, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

Ou communiquer directement avec l'ambassade du Canada, section commerciale et économique, 88 Kirchenfeldstrasse, 3005 Berne (Suisse). Tél. : (31) 44 63 81. Télécopieur : (31) 44 73 15. Télex : 911308 DMCN CH.

Publications

Publications d'AECEC

Les publications suivantes sont disponibles auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré au bas de la page).

La publication *Choix et utilisation des représentants et des distributeurs étrangers* (28TF) fournit des lignes de conduite aux exportateurs qui, dans le cadre de leur stratégie de commercialisation, étudient les choix qui s'offrent à eux en ce qui concerne la représentation à l'étranger. Elle s'adresse aussi aux entreprises qui ont reçu des offres de services de représentants et de distributeurs et qui désirent obtenir des conseils sur le processus d'évaluation. Le guide contient des listes d'organismes et de publications utiles ainsi qu'un exemple d'établissement des prix à l'exportation. En outre, il aide les exportateurs à trouver un certain nombre

de représentants ou de distributeurs éventuels, à les évaluer, à établir et à négocier un bon contrat, à collaborer avec le représentant ou le distributeur pour maximiser les résultats et les bénéfices mutuels, et à résilier le contrat (s'il y a lieu).

La troisième édition révisée de la publication *Les marchés d'exportation : La filière des maisons de commerce* (5TF) explique ce que sont les maisons de commerce, la manière dont elles fonctionnent, comment les trouver et les choisir, d'où vient leur bénéfice, comment établir une bonne relation avec l'une d'elles, que recherche une maison de commerce chez un fournisseur, et quand faire appel aux maisons de commerce. Une annexe fournit des références et des sources de renseignements supplémentaires sur les maisons de commerce.

Adhésion aux États-Unis — (Suite de la page 5.)

à de telles associations professionnelles américaines.

D'après M. Aleck Gray, président de l'entreprise familiale, certaines associations américaines qui ne permettaient pas aux sociétés canadiennes d'adhérer le leur permettent maintenant — en vertu de l'ALE.

Cela, d'après M. Gray, est d'autant plus important que bon nombre de ces associations organisent des foires commerciales qui sont souvent les plus importantes dans leur industrie — lorsqu'elles n'étaient pas membres, les entreprises canadiennes ne pouvaient pas participer à ces foires.

L'année dernière, on a permis à Gray Tools d'adhérer à l'American Supply and Machinery Manufacturers' Association (ASMMA), qui organise les salons de métallurgie les plus grands aux É.-U.

La participation aux foires commerciales organisées par l'ASMMA à Rochester (NY) et Chicago s'est avérée très avantageuse à l'entreprise; elle a permis, selon M. Gray, d'acquérir 17 nouveaux clients à la foire de Chicago seulement.

En adhérant à des associations commerciales américaines dans leurs secteurs respectifs, d'autres sociétés canadiennes peuvent profiter d'avantages semblables sur le marché des É.-U.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'adhésion aux associations commerciales américaines ou sur les débouchés aux É.-U., communiquer avec M. Greg Goldhawk, Direction de la promotion du commerce et du tourisme aux États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125, prom. Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2. Tél. : (613) 991-9480. Télécopieur : (613) 990-9119.

Possibilités gazières et pétrolières en Argentine

La production accrue de pétrole et de gaz en Argentine pourrait être de bon augure pour les entreprises canadiennes qui désirent exploiter ce marché.

Le pays a déjà un besoin urgent de systèmes secondaires et améliorés de récupération du pétrole afin d'augmenter la production jusqu'au développement de nouveaux gisements.

Les autres besoins immédiats comprennent des services spécialisés, du matériel et des matériaux pour les pipelines et les installations de traitement du gaz.

Toutefois, en face d'une concurrence acharnée, les exportateurs canadiens devraient savoir qu'un agent bien établi, un partenaire d'entreprise conjointe ou des licences, ainsi que des efforts constants de commercialisation sont essentiels pour percer sur ce marché.

On prévoit que la production actuelle de l'Argentine, à savoir 480 000 barils par jour, augmentera jusqu'à 700 000 barils par jour d'ici le milieu des années 1990, car seuls 7 des 20 bassins sédimentaires de pétrole côtiers et en mer sont actuellement exploités.

En ce qui concerne le gaz naturel, Gas del Estado (GDE), l'entreprise d'État pour la distribution et la commercialisation du gaz naturel, est en cours de privatisation, et des propositions pour construire des gazoducs vers le Chili, le Brésil, l'Uruguay et le Paraguay sont aussi à l'étude.

Pour d'autres informations sur les possibilités commerciales en Argentine, communiquer avec Mme Denise Jacques, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société membre des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANAD EXPORT

Vol.9 N°12

2 juillet 1991

Le marché de l'environnement aux États-Unis

(Premier d'une série de deux articles)

La nouvelle « Clean Air Act (CAA) » (loi sur l'air pur) engage le gouvernement fédéral américain à veiller à la qualité de l'air au cours des 20 prochaines années.

La CAA définit des objectifs précis et établit des échéances fermes en ce qui a trait au respect de la loi.

On prévoit que le total des dépenses commerciales qui en découleront sera entre 20 et 30 milliards de dollars par an, d'ici la fin du siècle.

Par conséquent, la nouvelle CAA offre de nombreuses possibilités aux fournisseurs de matériel et de services.

La CAA comprend six sections de base ou « titres » :

- l'établissement et la mise à jour de normes nationales relatives à la qualité de l'air ambiant;
- les sources mobiles;
- les polluants atmosphériques dangereux;
- le contrôle des pluies acides;
- les permis; et
- la protection de l'ozone stratosphérique.

Un examen de ces sections ainsi que des exigences rigoureuses des organismes chargés de la réglementation en Californie du Sud (Air Resources Board, South Coast Air Quality Management District) révèle que plusieurs secteurs offrent des possibilités commerciales, comme suit :

Le matériel de contrôle de la pollu-

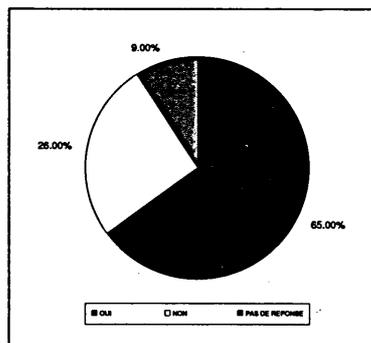
(Voir page 4: Le marché.)

DANS CE NUMÉRO

Stratégie à l'exportation	2
Débouchés commerciaux	3
Le Japon : le marché des produits alimentaires	5
Foires commerciales	6-7
Experts-conseils pour la Banque mondiale	10

Le Canada, exportateur de capitaux vers la CE

L'Europe '92 augmentera-t-elle votre potentiel sur le marché européen ?



Une enquête menée, à la fin de l'année 1990, sur les entreprises canadiennes en Grande-Bretagne a révélé que celles-ci sont optimistes quant aux perspectives de 1992 et au marché européen unique. Parmi les 149 entreprises participantes, 65 % estiment que l'initiative de la Communauté européenne augmenterait leurs possibilités d'accaparer une part du marché européen; 68 % considèrent la Grande-Bretagne comme une porte d'entrée vers le continent; 52 % étendraient leurs activités au Royaume-Uni pour tirer profit du marché européen; et 68 % estiment que le R.U. est le marché le plus facile à pénétrer en Europe.

La croissance du commerce mondial. Les changements dans la relation Canada-CE en matière d'investissements directs doivent être examinés dans le contexte de cet investissement mondial.

La constitution du stock mondial d'investissements directs étrangers a été modifiée dramatiquement au cours des dernières 20 années, d'après le rapport d'Investissement Canada.

En 1967, les États-Unis détenaient 50,4 % du stock mondial, mais en 1987, ils n'en avaient plus que 31,5 %. L'Allemagne de l'Ouest a augmenté sa participation dans le stock mondial de 2,7 % à 9,8 % au cours de la même période. Pour sa part, le Canada a vu sa participation augmenter de 3,3 % à 4,5 %.

Les investissements directs canadiens dans la CE

La CE, qui représente 21 % du stock total d'investissements étrangers en 1990, est la deuxième région obtenant la plus grande partie des investissements directs canadiens à l'étranger, après les États-Unis qui en ont reçu 60,8 %.

Au sein de la CE, le Royaume-Uni est de loin celui qui reçoit le plus d'investissements directs canadiens à l'étranger. Entre 1983 et 1989, les investissements directs canadiens au Royaume-Uni ont plus que triplé, augmentant jusqu'à 9,5

(Voir page 6: Le Canada.)

Le stock d'investissements directs canadiens dans la Communauté européenne (CE) est passé de 4,8 milliards de dollars en 1983 à quelque 17,8 milliards de dollars en 1990, tandis que les entreprises canadiennes se préparent à tirer profit de l'Europe de 1992 et de la « nouvelle Europe » en évolution.

L'investissement direct à l'étranger est une stratégie importante des entreprises canadiennes qui veulent s'assurer des gains éventuels découlant de l'initiative de marché commun.

Ces investissements peuvent servir de mesure défensive pour empêcher un concurrent de s'approprier un marché. Cette décision peut aussi être prise en vue de réduire les coûts au moyen d'économies d'échelle, d'obtenir un traitement national en devenant « européen », de fournir des services après-vente essentiels, d'encourager la diffusion des meilleures méthodes technologiques ou de mieux connaître le marché européen.

Les investissements directs à l'étranger : une perspective globale

Au cours des années 1980, selon le Rapport annuel 1989-1990 d'Investissement Canada, la croissance des investissements directs a été supérieure à la

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

Éléments clés pour réussir à exporter, selon Spar Aerospace

Dans des articles précédents, j'ai insisté sur l'élément humain, les barrières culturelles, le degré de préparation, les choses à faire pour se préparer, etc., qui permettent d'exporter avec succès.

Les extraits suivants d'un exposé donné par M. Karsten J. Westphal, vice-président, International Operations, Spar Aerospace Limited, résumant extrêmement bien l'attitude à adopter pour réussir à exporter.

Les observations de M. Westphal décrivent la méthode utilisée par Spar au Pakistan.

J'estime qu'elles sont valables et pertinentes pour tous les marchés; elles reflètent une attitude plutôt qu'une méthode détaillée d'exportation.

**Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré**

D'après moi, les éléments clés pour réussir à exporter au Pakistan sont les suivants :

Examinez votre équipe interne : est-elle suffisamment nombreuse? Possède-t-elle toutes les compétences clés : les compétences techniques, les compétences en matière de commercialisation, de ventes et de contrats? Elle devrait comprendre des gestionnaires supérieurs pour être en mesure de traiter des questions relatives à la vaste gamme de personnes-ressources qui participent au processus de prise de décisions.

Passez un certain temps au Pakistan — et ne vous attendez pas à décrocher une commande après une visite ou deux.

Efforcez-vous de lier des amitiés sincères et tentez vraiment de comprendre le pays.

Trouvez un représentant local et établissez avec lui une relation juste et équitable. Appuyez votre représentant.

Collaborez avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), le haut-commissariat du Canada à

Islamabad, la Société pour l'expansion des exportations (SEE) et l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Il se peut que leurs programmes ne conviennent pas toujours à votre entreprise particulière, mais leurs initiatives et leur désir de vous aider dépassent souvent ceux de l'exportateur. Ne leur adressez pas de reproches quand les choses ne vont pas.

Comme je l'ai dit, rendez visite au haut-commissariat du Canada et informez-le de vos progrès. Présentez votre représentant et collaborez avec l'équipe. Restez en contact avec AECEC à Ottawa.

Si vous avez besoin d'un financement à l'exportation, communiquez avec la SEE bien à l'avance. Familiarisez-vous avec les modalités et les procédures de la SEE. Tous les organismes de crédit à l'exportation ont un mandat différent. Quelques-unes des plus grandes sociétés ont soumissionné des contrats — puis ont recherché du financement, mais elles ont constaté qu'elles n'avaient pas inclus les frais de risque dans leur soumission.

Discutez de votre projet avec l'ACDI — il se peut que des fonds soient disponibles pour la formation, etc.

Ne rejetez pas des aspects commerciaux qui sont nouveaux et que votre entreprise n'a pas encore mis à l'essai. A Spar, nous nous demandons : « Que faut-il pour être considéré comme un partenaire bon et fiable? » Il en découle que nous envisagerons le transfert de la technologie, la coopération technique, les compensations, le commerce, le commerce de contrepartie et les entreprises conjointes. A Spar, nous essayons d'offrir un ensemble complet destiné à permettre à notre client de dire OUI plus facilement.

Nous avons adopté cette souplesse lorsque nous avons vendu un système de satellite au Brésil, en 1982. Nous avons accepté de vendre, dans le monde entier, des produits brésiliens d'une valeur de 165 millions de dollars en vue de créer de nouveaux marchés extérieurs. Dans le cadre d'une entreprise intérieure, Spar a vendu, entre 1984 et 1988, des

navires, de la papaye, du contre-plaqué, des sièges de toilettes, des émeraudes et des tuiles de salle de bain — tout produit qui proviendrait du Brésil. Actuellement, nous commençons un nouveau projet important en communication et notre entreprise est considérée comme un bon partenaire parce que l'entreprise commerciale n'a pas été oubliée.

Au Pakistan, nous fournissons un élément qui sera utilisé dans le cadre de notre projet. En même temps, nous en faisons la promotion auprès d'autres clients à l'échelle mondiale afin de créer des possibilités d'exportation au Pakistan.

En bref, établissez un partenariat avec votre client au Pakistan.

CANADÉXP

Rédacteur en chef : René-François Désamoré

Rédacteurs : Louis Kovacs et Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

ISSN 0823-3330

CANADÉXP est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXP (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises énumérées avant de s'engager avec elles.

COSTA RICA — Un représentant avec d'excellentes relations avec les divers secteurs commerciaux recherche des fournisseurs canadiens de fournitures et de matériel de bureau et d'école, des haut-parleurs et de l'équipement, ainsi que des instruments musicaux. Communiquer avec Luis Chin, General Manager, Luis Manuel Varela y Cia Ltda, Apartado 2697-1000, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 24-2253/25-7870. Télécopieur : (506) 23-1609.

COSTA RICA — Une entreprise commerciale bien établie désire importer des poutres d'acier conformes aux spécifications de l'ASTM (en W, en M, canaux, angles); des buses conformes aux spécifications de l'ASSHO (différentes dimensions); et des pieux (tôle, plaques et travées). Communiquer avec Ing Alvaro Saenz R., General Manager, Agro Tico S.A., Apartado 4265-1000, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 21-5507/23-0290. Télécopieur : (506) 21-3673.

FRANCE — Une société de fabrication, d'emballage et de distribution de produits bruts et d'additifs pour les industries agro-alimentaires et pharmaceutiques est en train d'étendre ses lignes de produits. Les sociétés canadiennes peuvent communiquer avec M. Roger François, président, Société Louis François S.A., B.P. 2, 904104 Saint Maur Cédex, France. Tél. : (33-1) 48.86.08.28. Télécopieur : (33-1) 48.89.41.24.

HONGRIE — Une entreprise établie à Budapest recherche des partenaires d'investissement pour l'aider à moderniser sa technique de production dans les domaines de la fabrication de compteurs de gaz; de la conception et de la fabrication d'installations gazifiées automatisées; et de la fabrication de systèmes de freinage et de carburateurs (y compris des pièces de rechange assorties). Communiquer (en mentionnant le no de référence 90.1.0039 KC) avec M. Kilian, INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary,

Dorotya u 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-3160. Télécopieur : (361) 118-3732.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur-distributeur recherche des fournisseurs canadiens de boeuf en conserve. Communiquer avec Kerry Suckling, Swift New Zealand, P.O. Box 2301, Auckland, New Zealand. Télécopieur : 09-579-7047.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société qui importe pour le compte de 15 entrepôts "libre-service" partout au pays recherche une vaste gamme de produits de confiserie à base de sucre et de chocolat. Communiquer avec Mrs. L.P. Lindsay, McPherson Kemp & Co. Limited, P.O. Box 10089, Christchurch,

New Zealand. Télécopieur : 03-652-920.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un distributeur de fournitures et de matériel pour ingénieurs recherche des outils de jardinage et de la quincaillerie ainsi que des fournitures pour ingénieurs. Communiquer avec Mike Perry, Scott Young & Masters Ltd., P.O. Box 68-156, Auckland, New Zealand. Télécopieur : 09-78-539.

NORVEGE — Une entreprise commerciale désire prendre contact avec des fournisseurs et des fabricants canadiens de produits alimentaires, d'huile de cuisson, d'huile d'olive ainsi que de couches jetables et de produits hygiéniques. Communiquer avec Moeen Saad, Manager, TRAMARCO, P.O. Box 407, Sentrum, 0103 Oslo 1, Norway. Tél. : (472) 44 56 13.

SINGAPOUR — Une entreprise spécialisée dans les pièces de précision désire importer du matériel ainsi que des pièces et du matériel électroniques pour l'aérospatiale, l'armée et la marine; des instruments et du matériel météorologiques; du matériel électronique et de mesure; des pièces et du matériel d'hyperfréquence; et des instruments géophysiques et scientifiques. Communiquer avec M. Richard Wong, Business/Marketing Manager, Precision Component &

Equipment Pte Ltd., 211 Henderson Road #13-02, Henderson Industrial Park, Singapore 0315. Tél. : 273-4573. Télécopieur : 273-8898.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Située dans la région sud de la Bohême, une entreprise comptant 1 300 employés désire conclure un accord de coopération commerciale avec des entreprises canadiennes pour la fabrication de dispositifs électroniques passifs, de composants optoélectroniques (y compris des lasers semi-conducteurs), de composants d'hyperfréquence (y compris des pièces pour satellites), d'ensembles de câbles pour la suppression d'interférence et de fusibles plats (destinés à des véhicules à mo-

teur). La firme désire aussi étendre ses activités dans les domaines des appareils médicaux (surtout ceux qui

utilisent les technologies au laser), des systèmes de contrôle (destinés à des stations de distribution d'électricité et de gaz) et des accessoires électroniques d'automobiles. Communiquer avec Dipl. Eng. Rostislav Bekarek, Commercial Deputy, Tesla Blatna akciová společnost, Palackeho 644, 388 15 Blatna, Czechoslovakia. Télécopieur : 344 2277.

YUGOSLAVIE (2540-4732) — Une société possédant du savoir-faire dans la fabrication de machines pour l'industrie de la mise en conserve et de machines servant à tailler et à polir le marbre et le granite voudrait contacter des entreprises désirant établir des entreprises conjointes pour la fabrication, en Yougoslavie, de telles machines. Communiquer avec la Yugoslav Chamber of Economy, Bureau for the Employment of Spare Production Capacities, Knez Mihailova 10/11, 11000 Belgrade, Yugoslavia. Tél. : (11) 634-999. Télécopieur : (11) 622-543. Télex : 11 431 yupub yu.

YUGOSLAVIE (2540/4751) — Une firme désire coopérer avec des entreprises étrangères pour la conception et l'ingénierie de projets dans les domaines de la pétrochimie, de l'industrie, de la construction et de la protection de l'environnement. Les coordonnées sont les mêmes qu'à l'annonce précédente.

Débouchés commerciaux

Le marché de l'environnement

(Suite de la première page)

tion atmosphérique - Les sources de pollution fixes (centrales électriques, raffineries, cheminées d'usines) seront les principaux clients. Les émissions critiques à contrôler sont les suivantes : le dioxyde de soufre (SO₂), l'oxyde d'azote (NO_x), les gaz organiques réactifs, et un total de 189 produits chimiques toxiques qui seront assujettis au règlement de l'EPA dans les années 1990. L'élimination des émissions de SO₂ à elle seule nécessitera de nombreuses installations supplémentaires de matériel de contrôle ainsi que de nouvelles méthodes de contrôle des émissions.

En 1990, les ventes de matériel pour le contrôle de la pollution atmosphérique ont dépassé 500 millions de dollars à l'échelle nationale. Il existe environ 250 fabricants, dont 50 sont considérés comme importants.

En ce qui concerne les segments du marché pour les utilisateurs industriels, les installations électriques sont les plus importantes; une source prévoit qu'elles représenteront 30 % de tous les achats de matériel de contrôle de la pollution atmosphérique, d'ici à 1992. Les incinérateurs de déchets municipaux et industriels, ainsi que les installations de traitement des eaux usées, occupent la deuxième place avec une croissance annuelle prévue de 10 % dans les années 1990. Dans le domaine des produits chimiques et des produits en papier, les besoins continueront à augmenter en raison de la réglementation accrue et de la construction de nouvelles usines.

Les technologies utilisées sont, entre autres, les suivantes :

- les dépoussiéreurs électriques;
- les brûleurs à faible taux d'émission de NO_x;
- les dépoussiéreurs de calcaire par voie humide;
- les filtres à tissus;
- les dépoussiéreurs mécaniques;
- les appareils de contrôle continu des émissions;
- l'injection de sorbant sec pour le contrôle du SO₂;
- des systèmes de désulfuration par voie sèche des gaz de combustion; et
- des systèmes de contrôle par voie sèche des émissions.

La CAA met fortement l'accent sur le contrôle des émissions de SO₂; la désulfuration des gaz de combustion est la technologie de base appliquée aux chaudières industrielles et à celles des services publics. Pour ce qui est des installations rétroactives ou des innovations, 704 usines sont visées par la CAA.

Les technologies qui seront le plus probablement utilisées pour la désulfuration des gaz de combustion au cours de la prochaine décennie seront notamment :

- des dépoussiéreurs par voie humide et sèche;
- de l'injection de sorbant sec (bicarbonate de soude);
- de l'injection de sorbant pour chaudière (calcaire);
- des turbines à cycle combiné; et
- des technologies de combustion de pointe.

On estime que 50 % des contrôles prévus de SO₂ seront effectués par des moyens technologiques, et 50 % par le changement de combustible, des déviations, etc. pendant la phase 1. Pendant la phase 2, moins de 40 % des contrôles seront effectués par le changement de combustible et des déviations, et environ 30 % par d'autres moyens, y compris de nouvelles technologies.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les possibilités décrites plus haut, joindre M. Michael Pascal, agent commercial, consulat général du Canada à Los Angeles, 300 South Grand Ave., 10th Floor, California Plaza, Los Angeles, California 90071, USA. Tél. : (213) 687-7432. Télécopieur : (213) 620-8827. Télex : 0067457 (DOMCAN LSA).

La vente au gouvernement des États-Unis

Les entreprises canadiennes qui désirent obtenir de l'aide et des conseils sur l'exportation de produits et de services civils au gouvernement fédéral des États-Unis peuvent l'obtenir auprès d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et de l'ambassade du Canada à Washington (DC).

L'information est disponible dans le cadre d'orientation individualisée, de colloques et de la trousse *Votre introduction aux marchés fédéraux civils aux États-Unis*. On offre aussi aux entreprises canadiennes la possibilité de participer à des missions commerciales ou d'exposer à des foires commerciales sur la technologie de l'information, qui visent les acheteurs du gouvernement fédéral.

On peut aussi obtenir des conseils sur la vente à chacun des États des États-Unis. Ces conseils comprennent les sujets suivants : comment s'inscrire à titre de fournisseur dans chaque État; comment classer par catégories votre produit ou votre service; quels États publient un guide destiné aux vendeurs; comment entrer en contact avec le bureau d'approvisionnement; comment s'inscrire aux colloques "Marketing to State Governments"; où obtenir des publications; et comment se tenir au courant des prochains achats.

Pour plus de renseignements, joindre la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), AECEC. Tél. : (613) 998-9441. Télécopieur : (613) 990-9119. Ou avec la section commerciale, ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue N.W., Washington, D.C. 20001, U.S.A. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

Conditions de vie : le Canada se classe parmi les chefs de file à l'échelle mondiale

L'industrie canadienne du tourisme devrait être stimulée par deux études récentes qui placent le Canada et une ville en particulier — Montréal — parmi les premiers au monde.

Selon un rapport de l'ONU, le Canada occupe la deuxième place après le Japon comme pays où l'on vit le mieux.

Le Rapport mondial sur le développement humain, de 1991, du Programme de développement de l'ONU a fondé ses constatations sur des indicateurs de base tels que la durée de vie, le degré d'alphabétisation et le pouvoir d'achat. Il a classé le

(Voir page 5 : Le Canada.)

Le marché japonais de l'alimentation en expansion

Le succès continu sur le marché des produits agricoles, de la pêche et des produits alimentaires au Japon dépendra de la capacité du Canada de fournir des produits compétitifs à valeur ajoutée aux consommateurs japonais.

Pour demeurer compétitifs, les exportateurs canadiens devront aussi s'adapter à la mise au point de nouveaux produits, de nouvelles technologies et de nouvelles stratégies de commercialisation et de publicité.

Ce sont les constatations des agents commerciaux en poste au Japon.

Qu'en est-il du Canada?

Cela ne veut toutefois pas dire que le Canada n'est pas apte à exporter dans ce domaine hautement concurrentiel. Les agents indiquent aussi ce qui suit :

- En ce qui concerne le Canada, le Japon occupe la deuxième place comme marché extérieur de produits agricoles, alimentaires et de la pêche, après les États-Unis, et cette situation se poursuivra pendant les années 1990.

- Les exportations canadiennes au Japon dans les secteurs de l'agriculture, de l'alimentation et de la pêche ont dépassé deux milliards de dollars en 1990.

- Entre 1985 et 1990, les exportations de produits alimentaires canadiens au Japon ont augmenté d'environ 600 millions de dollars. Cette croissance importante se poursuit, avec des augmentations importantes dans chaque catégorie de produits, y compris la viande, le poisson, les céréales, les fèves oléagineuses, les aliments pour animaux, les aliments transformés et les boissons.

- Le Canada jouit d'une réputation excellente pour ce qui est de la sécurité des produits alimentaires, au Japon. En outre, les produits alimentaires canadiens sont réputés pour leurs propriétés et salubrité — un avantage naturel lorsqu'il s'agit de faire avec succès la commercialisation et la promotion des produits alimentaires canadiens.

Réalités clés du marché

Pour les années 90, les prévisions indiquent que les produits alimentaires à valeur ajoutée supérieure offrent les meilleures possibilités d'exportation. Le Japon sera de plus en plus un importateur net de produits alimentaires à valeur ajoutée (50 milliards de dollars en 1989).

Une réalité clé sur laquelle ces prévi-

sions sont fondées, c'est qu'en 1990 le gouvernement du Japon a confirmé que le nombre d'enfants par mère a diminué jusqu'à 1,57, le chiffre le plus bas dans l'histoire du Japon. Par conséquent, l'industrie de l'alimentation visera surtout les personnes âgées de 30 à 55 ans et de 20 à 35 ans.

Le pouvoir d'achat considérable de ces groupes d'âges créera une demande de produits alimentaires canadiens à valeur ajoutée, sains et à la mode, tels que les frites, les aliments pour micro-ondes, l'eau minérale et le gibier.

Les consommateurs japonais se préoccupent de plus en plus de la salubrité des aliments et évitent les produits alimentaires contenant des additifs synthétiques ou chimiques. La fraîcheur des produits devient aussi importante car le gouvernement se prépare à établir des règlements qui prévoient la date des produits et l'énumération rigoureuse des ingrédients (les étiquettes sont actuellement contrôlées de plus près).

Tendances et possibilités

Les possibilités principales du marché à long et à moyen termes comprennent ce qui suit :

- une demande accrue de boeuf et de jus de fruits en raison des mesures de libéralisation annoncées par le gouvernement japonais en juin 1988;
- une consommation accrue de fruits de mer frais (saumon, hareng, roque, homard, gonade d'oursin, mactre d'Amérique);
- une demande accrue d'huiles végétales à faible teneur en graisse saturée, telles que la colza canola (pour la friture et les salades);
- de fortes tendances continues vers des produits alimentaires de qualité supérieure, tels que le homard, la roque de hareng, le whisky et la confiserie.
- la demande accrue de boissons telles que la bière, les spiritueux, le vin et l'eau minérale;
- l'expansion des produits alimentaires de loisirs utilisés à l'extérieur (camping, pique-nique et grillade);
- l'utilisation accrue des produits alimentaires transformés, de la viande et du poisson par l'industrie de services alimentaires du Japon;
- l'importance de relier la commercialisation des produits alimentaires à la santé, à la sécurité et à l'écologie;

- la consommation accrue de pain, de céréales et de produits alimentaires congelés, ainsi que d'aliments tout préparés (disponibilité de plats prêts-à-manger et prêts-à-cuisiner);

- le rôle en évolution de l'utilisation des aliments — de la satisfaction des besoins fondamentaux à la satisfaction des besoins psychologiques (c.-à-d. la fidélité à une marque, les aliments de choix et les produits alimentaires perfectionnés);

- les entreprises conjointes d'emballage sur commande entre les importateurs japonais et les exportateurs canadiens.

Pour tous renseignements sur l'exportation, au Japon, de produits agricoles, de la pêche et de produits alimentaires, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. : (613) 995-1281. Télécopieur : (613) 943-8286.

Le Canada — (Suite de la page 4.)

Japon à la première place — pour son développement social et économique — et la Roumanie à la dernière place parmi les pays industrialisés.

Le Canada doit son excellent classement — avant les États-Unis, qui sont au septième rang — à l'espérance de vie, l'une des plus élevées au monde, et à ses systèmes pédagogiques et médicaux.

La deuxième étude — effectuée par le personnel établi à Washington du Comité de la crise démographique — a classé Montréal, ainsi que Melbourne (Australie) et Seattle-Tacoma (É.-U.), à la première place parmi les 100 régions métropolitaines les plus grandes au monde, qui offrent les meilleures conditions de vie.

En ce qui concerne l'étude de deux ans, les indicateurs utilisés sont, entre autres, la sécurité publique, les coûts de l'alimentation, l'espace vital, les conditions d'habitation, les communications, l'enseignement, la santé publique, le calme et la tranquillité, la circulation et la salubrité de l'air.

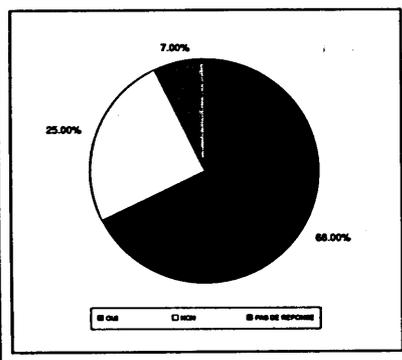
Les villes qui ont reçu le moins de points en ce qui concerne le niveau de vie sont notamment Lagos (Nigeria), Bucarest (Roumanie) et Yangon (Birmanie).

Le Canada, exportateur de capitaux vers la CE

(Suite de la première page)

milliards de dollars. Ce chiffre représente 64,5 % du stock total d'investissements directs canadiens dans la CE.

Considérez vous le R.-U. comme tremplin vers d'autres #2 pays du continent ?

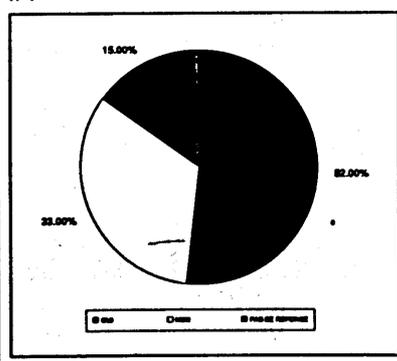


L'augmentation importante de l'investissement au Royaume-Uni est en partie attribuable au projet Reichmann de Canary Wharf, à Londres.

Cette confiance, constante dans l'ensemble de l'échantillon de l'étude, est reflétée par le fait que 50 % de toutes les entreprises se sont agrandies au moyen d'investissements « table rase » (une stratégie qui comprend un engagement élevé et qui est particulièrement populaire auprès des entreprises de technologie de pointe) et 26 % au moyen d'acquisitions.

En ce qui concerne les investissements directs canadiens ailleurs dans la CE, la France arrive en deuxième place après le Royaume-Uni, avec 9,6 % du

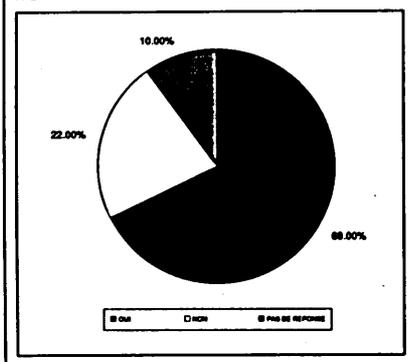
Si oui, comptez-vous élargir vos opérations actuelles au R.-U. ? #4



stock (1,4 milliard de dollars); les Pays-Bas sont en troisième place avec 6,5 %; l'Allemagne est en quatrième place avec 5,6 %; l'Irlande est en cinquième place avec 5,4 % et la Belgique et le Luxembourg suivent avec 3,4 %.

La plupart des investissements canadiens dans la CE sont orientés vers le secteur de la fabrication. En 1989, la fabrication représentait 59,7 % (8,8 milliards de dollars) de l'ensemble des investissements. Les services financiers représentent 26,9 % des investissements directs canadiens et le pétrole et le gaz naturel en représentent 6,4 %. Cette composition est représentative des forces canadiennes traditionnelles. Dernièrement, une partie des petites et des moyennes entreprises ont utilisé différentes stratégies afin d'augmenter la présence canadienne dans tous les secteurs du marché de la CE.

Le marché du R.-U., est-il le plus accessible en Europe ? #3



Les investissements directs de la CE au Canada

La CE est la deuxième plus importante source d'investissements directs étrangers au Canada; sa part totale a augmenté de 17,3 % à 23,9 % entre 1983 (13 milliards de dollars) et 1990 (30,2 milliards de dollars).

Investissement Canada indique que, pendant l'année financière 1989-1990, il y a eu 258 investissements au Canada en provenance de la CE, ce qui représente 27 % du nombre total d'investissements directs étrangers au Canada au cours de cette année. Les États-Unis, pour leur part, ont réalisé 496 investis-

sements (soit 52 % du total des investissements étrangers).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les questions reliées à l'Europe de 1992, les entreprises peuvent communiquer avec la Direction de la Communauté européenne, AECEC. Tél. : (613) 996-2727.

Foire sur l'environnement en Belgique

Gent — Les entreprises canadiennes spécialisées dans les technologies de l'environnement et de la sécurité sont invitées à participer à IFEST'91, un salon des produits et des services reliés à l'environnement, qui se tiendra dans cette ville belge du 22 au 25 octobre.

Plus de 200 exposants se sont déjà inscrits au salon qui, comme on le prévoit, attirera jusqu'à 10 000 visiteurs qui s'intéressent aux faits nouveaux dans le domaine des technologies de l'environnement.

La Belgique occupe, au sein de la Communauté européenne, la sixième place pour ce qui est de la valeur des importations; de plus, c'est un microcosme du marché européen unique de 1992, un marché expérimental excellent et un emplacement tout indiqué à partir duquel on peut établir une « tête de pont » en Europe.

On conseille aux entreprises canadiennes qui participeront à IFEST'91 — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) aura un kiosque d'information — de mettre l'accent sur les possibilités dans le domaine des technologies industrielles reliées aux eaux usées; toutefois, il existe aussi des possibilités dans les technologies de recyclage et d'emballage qui ne présentent pas de danger pour l'environnement.

Pour des informations supplémentaires ou des détails sur la participation à IFEST'91, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

Conférence et exposition sur l'énergie au Sri Lanka

Colombo — Une exposition et une conférence sur les diverses sources d'énergie se tiendront dans la capitale du Sri Lanka du 19 au 21 août.

Les sociétés canadiennes peuvent y exposer leurs brochures au stand d'information du Canada, alors que d'autres sociétés pourront y participer dans leur propre stand.

La conférence permettra de faire la promotion de questions portant sur des sources différentes d'énergie dans la région de l'Asie pour les années 1990. Elle mettra l'accent sur des sujets importants tels que l'énergie éolienne, solaire, thermique, photovoltaïque, la biomasse, les petites centrales électriques, l'énergie géothermique et la conversion de l'énergie thermique des mers.

Envoyer les brochures à exposer au stand d'information à l'adresse suivante : Canadian High Commission, P.O. Box 1006, Colombo, Sri Lanka.

Les sociétés qui veulent participer avec leur propre stand peuvent communiquer directement (en envoyant une copie au haut-commissariat du Canada à Colombo) avec M. Gba Fernando, Director, Energy Planning, Ministry of Power and Energy, Colombo, Sri Lanka. Télécopieur : 449572. Télex : 2136 KILOWAT CE.

Pour tous renseignements, joindre la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), AECEC. Tél. : (613) 996-5903. Télécopieur : (613) 996-4309. Télex : 053-3745.

Foire internationale au Chili

Santiago — Le pavillon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) pourra accueillir entre 15 à 20 entreprises canadiennes à la Foire internationale de Santiago (FISA) qui se tiendra dans la capitale du Chili du 30 octobre au 10 novembre.

FISA est une foire générale qui comporte surtout des biens de consommation, des machines industrielles, du matériel lourd pour l'exploitation minière et la construction, des systèmes de communication, et certaines machines industrielles.

La Foire, qui occupe la deuxième place en Amérique du Sud pour ce qui est de la taille et la première place en ce qui concerne le nombre de participants dans la partie sud du continent, a attiré, l'année dernière, des exposants de 38 pays et plus d'un million de visiteurs vers les expositions de matériel d'une valeur de plus de 100 millions de dollars US.

Le Canada participe depuis 7 ans à FISA. L'année dernière, 11 entreprises canadiennes participantes ont déclaré qu'elles prévoient réaliser des ventes de 897 000 \$.

Lieu idéal pour explorer ou pénétrer le marché chilien, FISA, qui attire des missions et des délégations de toutes les parties du continent, permet aussi aux participants de percer sur des marchés voisins éventuels tels que le Brésil, l'Argentine, le Venezuela et le Pérou.

Pour obtenir des détails sur la participation, communiquer avec le Centre du

commerce international de sa région, ou prendre directement contact avec Pablo Feres, agent commercial, ambassade du Canada, Santiago (Chili). Télécopieur : (011-56-2) 696-0738.

Foire commerciale internationale en Roumanie

Bucarest — Les entreprises canadiennes qui désirent faire des affaires en Roumanie peuvent commencer par participer à la Foire internationale de Bucarest (TIB'91) qui se tiendra du 10 au 17 octobre. TIB, la foire commerciale internationale roumaine la plus importante, attire les partenaires commerciaux étrangers principaux du pays et permet aux participants d'accéder au marché et de connaître leurs concurrents — comme l'ont constaté, l'année dernière, 15 entreprises canadiennes (elles prévoient des ventes de 10 millions de dollars au cours des 12 mois suivants) lorsqu'elles ont participé au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

AECEC, qui participera de nouveau avec un pavillon national, recherche actuellement des participants à TIB'91, où les exposants pourront mettre l'accent sur les secteurs prioritaires de développement de la Roumanie, notamment l'énergie, l'agriculture, le transport, les télécommunications, le tourisme, la protection et l'amélioration de l'environnement, et la technologie médicale.

Les entreprises qui désirent faire la promotion de l'exportation de produits et de services concurrentiels à la Roumanie et explorer les possibilités de développement du commerce à long terme trouveront que TIB'91 est le lieu idéal.

Pour obtenir des détails sur la participation, communiquer avec Mme Lorraine Reardon, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce avec l'Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-2147. Télécopieur : (613) 995-6319.

Foires en télécommunications et informatique en Amérique latine et dans les Antilles

Amérique du Sud/Puerto Rico — Les entreprises canadiennes de télécommunication et d'informatique ont l'occasion d'exposer de la documentation et des brochures sur l'entreprise à trois foires commerciales qui auront lieu cet automne en Amérique latine et dans les Antilles.

Voici ces manifestations, auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) aura des kiosques d'information :

- **Infomatica'91** — 23-27 septembre, Sao Paulo (Brésil).
- **Inforven'91** — 24-27 septembre, Caracas (Venezuela).
- **Caribecom'91** — 2-4 octobre, San Juan (Puerto Rico).

Pour plus de détails, communiquer avec M. Jon Dundon, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Nouvelles études de marché sur le Mexique

Plusieurs études de marché portant sur divers secteurs au Mexique sont à la disposition des exportateurs canadiens.

Les études, effectuées pour l'ambassade du Canada au Mexique, traitent des logiciels informatiques, du contrôle de la pollution et de l'environnement, du matériel de récolte forestière et de menuiserie, ainsi que du matériel agricole, des semences et des produits chimiques connexes.

Les études donnent un aperçu de chaque industrie au Mexique, examinent les possibilités qui s'offrent aux fournisseurs canadiens, évaluent la manière dont les affaires sont menées au Mexique, et énumèrent des organismes clés du gouvernement et de l'industrie.

Logiciels informatiques (#19LF)

Au Mexique, la demande croît en ce qui concerne le matériel de pointe et spécialisé. On s'attend à ce que la croissance continue à un taux annuel de 23 % jusqu'à 296,7 millions de dollars d'ici à 1992, ce qui signifie que des possibilités d'exportation s'offrent aux entreprises canadiennes.

On a tendance à utiliser notamment des logiciels qui comportent des communications et une intégration améliorées, des langages de quatrième génération et des bases de données relationnelles.

De l'ensemble du marché de logiciels, les micro-ordinateurs représentent 53 %, les mini-ordinateurs 30 % et les ordinateurs centraux 18 %. A présent, il est évident que l'on utilise des ordinateurs IBM et des ordinateurs compatibles avec le matériel IBM.

On utilise de plus en plus des machines 80286. Les logiciels les plus utilisés demeurent les applications d'affaires générales, le traitement de texte, les bases de données et les tableurs. Viennent ensuite par ordre d'importance les logiciels personnalisés et des applications telles que les logiciels utilitaires, les communications, les applications intégrées, les graphiques, l'enseignement, la récréation et d'autres applications spécialisées.

Matériel agricole, semences et produits chimiques connexes (#17LF)

Le Mexique doit moderniser son agriculture.

Les importations mexicaines comprennent des tracteurs, du matériel de

préparation du sol et des cultivateurs, des moissonneuses, du matériel pour le fauchage et la production de fourrages, du matériel de pulvérisation et d'irrigation, des avions et des hélicoptères agricoles, du matériel pour l'aviculture et l'industrie laitière, des semences et des produits chimiques agricoles (insecticides, herbicides et engrais).

Toutefois, l'étude indique que les fabricants de matériel agricole pourraient tirer davantage profit du marché mexicain croissant en commercialisant leurs produits de manière plus entrepreneuriale.

Matériel de récolte forestière et de menuiserie (#22LF)

Le secteur forestier mexicain aura besoin d'aide considérable sur les plans financier et technique afin d'améliorer l'efficacité dans les domaines de la sylviculture et de l'administration des ressources ainsi que de la fabrication et de la commercialisation de ses produits en bois.

Le Mexique importe l'ensemble du matériel grand et perfectionné dont il a besoin, notamment des palans, des treuils et des grues, des rabots, des machines-outils, des machines de sablage, de perçage, de séparation, de défibrage, des machines à écorcer et des tours.

Contrôle de la pollution et de l'environnement (#27LF)

Selon l'étude, la contamination de l'environnement au Mexique a atteint une situation alarmante.

Cela a entraîné une expansion du marché de traitement à l'échelle industrielle et municipale des eaux usées et de l'eau potable, du contrôle de la pol-

lution atmosphérique et sonore.

Dans le domaine du contrôle de la pollution atmosphérique, les meilleures perspectives de ventes comprennent des dépoussiéreurs et des filtres, des silencieux pour gaz d'échappement, des convertisseurs catalytiques, du matériel d'échantillonnage de gaz, de poussière et de particules, des analyseurs, des dispositifs de surveillance, des instruments de mesure, des laboratoires mobiles, des systèmes d'oxydation et des absorbeurs de gaz.

Dans le domaine de la pollution de l'eau, le matériel susceptible d'être le mieux vendu comprend des aérateurs, des pompes, des filtres-presses, du matériel de javellisation, des clarificateurs d'eau, des échangeurs ioniques, des détecteurs de fuites, des spectromètres et des réfractomètres.

Pour ce qui est de la pollution sonore, le matériel qui peut se vendre le mieux comprend des sonomètres intégrateurs, des analyseurs, des vibromètres, du matériel d'enregistrement, des dispositifs d'étalonnage, des matériaux d'isolation, des cache-oreilles anti-bruit et des bouchons d'oreille.

Sources de renseignements

Pour obtenir des informations sur les possibilités au Mexique, communiquer avec M. Gil Rishchynski, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 943-8806.

On peut se procurer des exemplaires des études de marché portant sur les secteurs ci-dessus auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Potentiel minier au Pérou

Le Rapport sur l'exploitation minière au Pérou (#45 LF), publié par l'ambassade du Canada à Lima (Pérou), fait un survol du secteur minier dans ce pays. La partie consacrée aux débouchés pour les exportateurs canadiens indique comme suit les meilleures possibilités : matériel sans rail, forêts et fleurets, services d'experts-conseils, matériel de sondage au diamant, treuils, pneumatiques et pièces de rechange. Selon le rapport, il existe aussi de bonnes possibilités de ventes pour les produits suivants : cylindres hydrauliques, matériel spécialisé, compresseurs à air, pompes, slimaks, locomotives et autres produits adaptés à l'exploitation minière à petite échelle. Le rapport recommande également de recourir aux services d'un bon agent, d'envisager des entreprises conjointes ou la fabrication sous licence, et de faire des visites répétées sur place et d'être prêt à s'engager à long terme sur ce marché.

Le Corée : un marché de télécommunication croissant

Les entreprises canadiennes doivent entreprendre des initiatives importantes de commercialisation si elles veulent obtenir leur part du marché croissant des télécommunications en Corée, d'une valeur de deux milliards de dollars.

C'est le conseil donné dans l'étude intitulée *Market Study on Telecommunications in Korea*, effectuée pour l'ambassade du Canada à Séoul.

L'étude indique que le gouvernement coréen envisage de faire d'importants investissements visant à améliorer l'infrastructure des télécommunications et à stimuler le domaine de la recherche et du développement en vue de devenir un pays avancé sur le plan technologique d'ici l'an 2000.

A cette fin, le pays compte augmenter le nombre de systèmes de commutation numérique et d'établir un réseau de commutation pour le service de télécopieur international, des réseaux de commutation par paquets, des systèmes de gestion de réseaux, des réseaux de transmission de données, des satellites, un service de téléphone mobile et un service de recherche de personne sans fil.

On prévoit que les besoins globaux de matériel de télécommunication augmentera à un taux moyen annuel de 10,1 %, atteignant 3,6 milliards de dollars d'ici 1996.

Ce plan de modernisation offre de bonnes perspectives de ventes aux fournisseurs canadiens de systèmes de transmission de données, de réseaux de commutation par paquets, de réseaux locaux et de dispositifs pour réseaux, de systèmes de gestion de réseaux, de matériel de communication mobile, de matériel en fibres optiques, de câbles, de matériel de communication par satellite, d'antennes et de matériel pour stations terminales à antenne à petite ouverture (VSAT).

Cependant, l'étude avertit que seuls les exportateurs chevronnés qui fournissent un produit de bonne qualité et qui possèdent les compétences nécessaires en matière d'exportation pour accaparer une part du marché lucratif et croissant des télécommunications devraient viser celui-ci.

L'étude donne aussi des renseignements sur les organismes du gouvernement coréen dans le domaine des télécommunications, les instituts de re-

cherche et les organismes d'approvisionnement, les associations du secteur privé ainsi que les entreprises et organismes coréens principaux dans le domaine des télécommunications.

Les exportateurs de produits et de services de télécommunication peuvent aussi participer à l'*International Telecommunications Exhibition and Conference* (exposition et conférence internationales des télécommunications) qui se tiendra à Séoul (Corée) du 12 au 15 février 1992. Cette manifestation attirera un grand nombre de participants canadiens.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché des télécommunications en Corée — ou un exemplaire de l'étude — communiquer avec

M. Ron Kellison, Direction des technologies de l'information et de l'électronique (TDE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-1907. Télécopieur : (613) 996-9265.

Ou prendre directement contact avec H. Jacob Kunzer, premier secrétaire (commercial), ambassade du Canada, P.O. Box 6299, Séoul 100-662, Republic of Korea. Tél. : (011-82-2) 753-2605. Télécopieur : (011-82-2) 755-0686.

Pour des informations supplémentaires sur les débouchés en Corée, communiquer avec M. Cam Miller, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), AECEC. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Les services éducatifs à Singapour

A Singapour, où l'enseignement est un élément important des dépenses publiques, le Canada pourrait acquérir une part du marché.

C'est l'une des constatations figurant dans le rapport intitulé *Sectoral Analysis-Singapore Educational Services Industry* établi par SRI International pour le compte du haut-commissariat du Canada à Singapour.

Le marché

L'engagement du gouvernement envers l'enseignement est évident; il consacre de plus en plus de fonds à l'amélioration de la formation.

Les possibilités

Puisque le gouvernement met fortement l'accent sur l'acquisition de compétences et la formation, cela a créé de nombreuses possibilités de croissance dans les divers secteurs de formation des adultes. Les programmes de formation au moyen de la télévision dans le cadre de programmes de l'Economic Development Board (conseil de développement économique) offrent des possibilités aux experts-conseils canadiens dans ce domaine d'expertise.

Des possibilités s'offrent aussi aux fournisseurs de matériel de formation technique, incluant des ordinateurs, des machines et d'autres instruments de formation technique.

On prévoit que la demande pour d'autres services reliés à l'enseigne-

ment dans le domaine de la technologie de l'information, tels que des écoles d'informatique, augmentera pour tenir la population au courant des changements technologiques.

D'autres secteurs de croissance comprennent l'ingénierie et l'administration des affaires, le commerce et l'assurance bancaire. On s'attend à ce que la demande d'autres services d'enseignements tels que la danse, les langues et les écoles de musique augmentent en raison de l'augmentation des revenus de la population et de la tendance vers des journées de travail plus courtes.

Les instruments de commercialisation

Le meilleur moyen de commercialiser des services éducatifs, c'est en participant à des manifestations telles que l'International Education Career Development Week qui réunit des clients et des établissements dans le secteur de la formation de plusieurs pays, y compris le Canada.

Renseignements supplémentaires

L'étude comprend aussi une liste des responsables clés de l'industrie et du gouvernement.

Pour plus de renseignements sur les possibilités commerciales à Singapour, communiquer avec M^{me} Louise Branch, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST) à AECEC. Tél. : (613) 996-5824. Télécopieur : (613) 996-4309.

La Banque mondiale retient les services d'experts-conseils individuels

La Banque mondiale embauche fréquemment des experts-conseils pour aider son personnel à préparer, coter et évaluer des projets qu'elle finance.

Les nominations durent habituellement de 20 à 40 jours et comprennent habituellement une mission à l'endroit où se déroule le projet dans le pays qui reçoit le financement. Souvent, le même expert-conseil est réembauché pour assurer le suivi à une étape ultérieure du projet. Les cabinets d'experts-conseils ne sont, en principe, pas admissibles à de telles nominations, mais les experts-conseils au service de ces cabinets peuvent être embauchés.

Ces nominations peuvent être particulièrement utiles aux experts-conseils qui veulent établir des relations à plus long terme avec le personnel de la Banque ou avec les représentants du gouvernement des pays emprunteurs, ou

qui veulent obtenir des renseignements importants sur les possibilités de projets en aval. Il faut cependant mettre en garde les entreprises que certains travaux (c.-à-d. la conception de termes et conditions d'un contrat ou de devis) peuvent rendre inadmissible le cabinet de l'expert-conseil qui souhaiterait faire une proposition pour un projet futur.

Au cours de l'exercice 1989 (se terminant le 30 juin), 229 Canadiens ont été embauchés pour travailler sur 334 nominations individuelles, représentant 8 228 jours-personne et 3,2 % du nombre total de jours pour lesquels la Banque a émis des contrats. En supposant des honoraires moyens de 450 \$ à 550 \$ par jour, les experts-conseils canadiens ont gagné environ de 3,7 à 4,5 millions de dollars pour ces travaux. (Les cabinets d'experts-conseils canadiens ont obtenu plus de 70 millions de dollars au

cours de l'exercice 1990 pour des projets réels accordés directement par les emprunteurs de la Banque mondiale).

Comparativement aux autres pays industrialisés, le Canada, en 1989 et en 1990, se place en quatrième position en termes de nominations individuelles pour travaux de consultation, suivi par les États-Unis, la Grande-Bretagne et la France. Les É.-U. récoltent environ le tiers de toutes ces embauches d'experts-conseils tandis que la Grande-Bretagne en maintient de 7 à 8 % et la France de 4 à 6 %.

En vue d'aider la Banque mondiale à embaucher des Canadiens, l'Agence canadienne de développement international (ACDI) a mis sur pied un fonds d'affectation spécial canadien pour les experts-conseils il y a plusieurs années. La Banque a prélevé de ce fonds quelque 500 000 \$ par année au cours des deux dernières années (soit environ 15 % des dépenses totales de la Banque mondiale pour embaucher des Canadiens). Seul le personnel de la Banque est autorisé à utiliser ce fonds; les consultants canadiens ne peuvent présenter une demande directement.

Les consultants qui s'intéressent aux nominations de la Banque mondiale peuvent y établir et cultiver des contacts personnels. Il n'existe pas de procédé d'inscription officiel à l'intention des consultants individuels à la Banque mondiale.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou des conseils, communiquer avec: Office for Liaison with International Financial Institutions (OLIFI), ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue, Washington, D.C. 20001. Tél.: (202) 682-7788. Télécopieur: (202) 682-7726.

Ou communiquer avec la Direction des affaires internationales de finances et de l'investissement (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél.: (613) 995-7251. Télécopieur: (613) 943-1100.

Nouveau système électronique pour réduire les coûts des exportateurs

La mise au point d'un système de communications d'affaires qui utilise la transmission d'un ordinateur à l'autre permettra de réduire les coûts des exportateurs et d'éliminer la paperasse encombrante.

L'échange de données informatisées (EDI), fondé sur des messages normalisés à l'échelle internationale (factures, formulaires d'achat, etc.) permettra aux exportateurs de satisfaire à des commandes en une fraction du temps que cela prend maintenant, d'accélérer le dédouanement des marchandises, d'améliorer la précision des renseignements fournis aux clients et de réduire le temps entre la commande et le paiement.

Le système permettra aussi de réduire considérablement les coûts des exportateurs et des clients en remplaçant les volumineux documents traditionnellement utilisés dans le com-

merce extérieur par une communication électronique instantanée.

Le Canada joue un rôle important dans la mise au point des messages reconnus à l'échelle internationale — appelés collectivement UN/EDIFACT.

Les travaux canadiens relatifs à UN/EDIFACT sont exécutés par le Comité technique mixte sur l'échange de données informatisées, qui comprend des représentants du secteur privé et du gouvernement.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Comité technique mixte sur l'EDI ou sur l'UN/EDIFACT, communiquer avec M. Daniel J. White, Direction des services d'exportation et de transport (TPS), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél.: (613) 996-0688. Télécopieur: (613) 996-1225.

ÉTUDES DE MARCHÉS

Publication des projets de la Banque asiatique de développement

La publication mensuelle de la Banque asiatique de développement (BASD) a été récemment améliorée; elle donne des renseignements plus détaillés sur chacun des projets.

La publication intitulée **ADB BUSINESS OPPORTUNITIES: Proposed Projects, Procurement Notices and Contract Awards** (possibilités commerciales de la BASD: projets proposés, avis d'achats et attribution de contrats) est divisée en quatre parties: projets proposés; mesures prises en ce qui concerne l'approvisionnement; recrutement d'experts-conseils et financement rétroactif; avis d'achats; et contrats attribués.

La section « Projets proposés » est sous-divisée en plusieurs sous-sections, notamment: nouveaux projets; projets relatifs aux prêts; et projets d'aide technique. Pour chaque projet, le lecteur trouvera le nom de l'organisme chargé de l'exécution, le montant du prêt, la date d'inscription, les objectifs et la portée, les produits et les services requis, l'étape de traitement et l'agent de projet.

Pour s'abonner à **ADB BUSINESS OPPORTUNITIES** — frais d'abonnement: 30 \$ US pour un an (12 numéros), par avion —, envoyer la demande à l'adresse suivante: Subscriptions, Information Office, Asia Development Bank, P.O. Box 789, 1099 Manila, Philippines.

Commerce avec Hong Kong

Canada Hong Kong Business est une revue bimensuelle publiée par la Chambre de Commerce du Canada à Hong Kong, la plus grande chambre à l'extérieur du Canada. La revue parvient à 10 000 décideurs de la région du Pacifique par la diffusion (3 300 exemplaires) sur des vols internationaux de compagnies aériennes canadiennes (première classe et classe affaires) entre Vancouver et Hong Kong; par les sections de la Hong

Kong Canada Business Association partout au Canada (1 400 exemplaires); la distribution à des entreprises (2 300 exemplaires); les membres et les visiteurs de la Chambre (1 500 exemplaires); et les sections de la Commission for Canada Trade and Immigration (1 600 exemplaires). Pour s'abonner (les frais annuels, y compris l'affranchissement et l'emballage, sont de 40 \$), communiquer avec le Watson Group, C.P. 6622, succursale D, Calgary (Alberta) T2P 2E4. Tél.: (403) 234-7344. Télécopieur: (403) 234-7343.

Télécommunications en El Salvador

Au cours des cinq prochaines années, les investissements par la société d'État ANTEL dans l'industrie des télécommunications dépasseront 350 millions de dollars, ce qui signifie que les projets seront probablement attribués à de grandes entreprises privées étrangères.

ANTEL effectuera probablement la plupart de ses achats auprès des fournisseurs européens habituels (SIEMENS et ERICSSON); la société canadienne Northern Telecom accapatera une partie de ces achats grâce à sa technologie réputée.

Ce qui est important à propos de cette énorme expansion, ce sont les retombées du secteur privé car tous les appareils téléphones seront achetés par le secteur privé. Cela représentera environ 230 000 appareils au cours des cinq prochaines années.

Un autre débouché pour les exportateurs canadiens, c'est la fourniture de matériel et de services de télédiffusion et de produits et de services connexes.

On peut obtenir un exemplaire de rapport statistique détaillé qui contient des données approfondies sur le marché des télécommunications en El Salvador, auprès de la section commerciale, ambassade du Canada, Apartado Postal 10303-1000, San Jose, Costa Rica. Télécopieur: (011-506) 23-23-95.

On peut également obtenir des renseignements sur ce marché et des exemplaires du rapport auprès de M. Tom Bearss, Direction de l'expansion du

commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél.: (613) 995-8742. Télécopieur: (613) 943-8808.

Guide sur la Pologne

General Trade Index & Business Guide - Poland (indice commercial général et guide commercial - Pologne) est une publication de 800 pages qui offre des informations sur l'établissement de relations commerciales avec des entreprises polonaises.

Outre les besoins d'investissement détaillés de la Pologne, le guide fournit des conseils sur l'établissement de voies de communication avec des entreprises polonaises et sur la manière de tirer profit des réformes économiques qui ont lieu en Pologne — privatisation, déréglementation des prix, convertibilité de la monnaie, libéralisation du commerce et besoin d'investissements étrangers.

Le guide est divisé en deux sections: la première fournit des renseignements généraux sur la Pologne, traite des lois et des règlements, donne des informations utiles sur la géographie et des conseils sur le voyage; elle contient aussi des cartes et des graphiques.

La deuxième section, c.-à-d. le répertoire lui-même — quelque 500 pages — contient une liste descriptive des firmes qui désirent coopérer avec des partenaires étrangers, ainsi que le nom de personnes-ressources, le genre d'activités, le nombre d'employés et le chiffre d'affaires annuel.

Outre la liste alphabétique des entreprises, le guide contient un index alphabétique des produits et des services recherchés et offerts.

On peut se procurer le guide (prix: 160 \$), publié par la Business Foundation Co. Ltd. — établie dans le cadre du partenariat entre la Polish Foundation for the Club of Rome et la Promotor Co. Ltd. —, auprès de la Business Foundation Canada, c/o Foundation for the Club of Rome, 2087 Dundas St. East, Suite 202, Mississauga, Ont. L4X 1M2. Tél.: (416) 624-0105. Télécopieur: (416) 624-1881.

PUBLICATIONS

Publications d'AECEC

Les publications suivantes sont disponibles auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré au bas de la page).

Australie - Un marché pour les exportateurs de poisson et d'aliments à base de poisson (#24CB) contient des renseignements utiles sur les importations australiennes des produits de la pêche; la situation du Canada en tant que fournisseur (48.1 millions de dollars en 1988-89); ainsi que les débouchés qu'offre ce marché aux exportateurs canadiens, notamment en ce qui concerne le saumon en conserve, les filets congelés, les sardines en conserve, le hareng, les crustacés et les mollusques, la pâte de poisson et le caviar.

L'étude fournit aussi une liste des principaux interlocuteurs australiens, ainsi qu'un aperçu des exigences et des règlements australiens en matière d'importation, tels que l'accès au marché, les droits de douane, et les exigences en matière d'étiquetage et de conditionnement.

Rapport sur le secteur pétrolier en Bolivie (#44 LF) est une étude récemment publiée par l'ambassade du Canada. Malgré son titre, elle traite aussi du marché du gaz naturel dans ce pays. Les sujets traités comprennent le cadre de réglementation, les projets en cours

d'exécution et ceux envisagés, des renseignements sur la commercialisation et la stratégie de commercialisation, la politique relative à l'exportation, les procédures d'achat, et des adresses utiles. Selon le rapport, les services techniques requis et financés par la Banque interaméricaine de développement (BID) comprennent l'interprétation des données sismiques, la simulation de puits aux fins d'extraction primaire, les logiciels servant à l'optimisation de la production (surtout dans le secteur du gaz), l'aide technique en ce qui concerne le pétrole lourd (transport et extraction), le contrôle et le traitement du sable et de l'eau, et les appareils de mesure de la pression au fond des puits de gaz.

D'après une étude intitulée **Nouvelle-Zélande - Rapport sur le secteur forestier (#7-CF)**, produit par le Consulat du Canada à Auckland, il y existerait de bons débouchés pour les exportateurs canadiens de matériel d'exploitation forestière. Le rapport souligne, en particulier, la demande pour des abatteuses d'arbres, des ébrancheuses, des débardeuses, des débusqueuses, divers camions et remorques, des services techniques connexes, des logiciels informatiques appliqués à l'industrie forestière, ainsi que du matériel de scierie.

Autres publications

Les exportateurs canadiens ont désormais accès à une nouvelle publication qui leur permet de faire la publicité de leurs produits et de leurs services dans le monde entier. Au moyen de CANEXPORT, les exportateurs pourront atteindre 60 000 décideurs dans des régions du monde qui offrent le plus de possibilités.

Conçue par des spécialistes, à l'intention des acheteurs étrangers, la publication semestrielle offrira une variété de

renseignements, présentés de façon attrayante et simple.

En outre, CANEXPORT fournira un service de référence gratuit, rapide et commode servant à faire parvenir les catalogues et les prix des publicitaires aux acheteurs éventuels par l'intermédiaire d'une banque de données moderne et innovatrice, que l'on interroge par télécopieur.

Pour de plus amples renseignements sur le service, les conditions et les frais de la publicité, communiquer avec CANEXPORT, 141, Niagara, Kirkland (Québec) H9J 3B2. Tél. : (514) 426-5865. Télécopieur : (514) 426-5864.

AU CALENDRIER

Saskatoon — 28 juillet-1^{er} août — Consultations préliminaires annuelles Canada-Japon sur le colza canola. Communiquer avec M. G.H. Bates, AECEC. Tél. : 995-8628.

Abbotsford — 7-11 août — Meeting aérien du Canada 91. Foire commerciale internationale de l'aérospatiale, symposium et spectacle aérien, qui réuniront des professionnels de l'aérospatiale et des cadres de l'industrie du monde entier afin d'explorer de nouvelles idées et des faits nouveaux. Le symposium, dont le thème est "Sharing the Skies" (utiliser en commun l'espace aérien), examinera les possibilités reliées au processus de mondialisation, y compris des questions telles que l'environnement, les systèmes satellisés et la gestion de l'espace aérien. Un colloque sur l'approvisionnement, qui permettra d'expliquer aux fournisseurs dans le domaine de l'aérospatiale comment fonctionne le système d'achat du gouvernement et comment maximiser leurs possibilités commerciales, sera aussi offert. Communiquer avec Airshow Canada, Abbotsford. Tél. : (604) 852-4600. Télécopieur : (604) 852-3704.

Correction

Les numéros de téléphone et de télécopieur dans l'article "Comment percer sur le marché des États-Unis" (*CanadExport*, Vol. 9, No. 10, du 3 juin 1991, p.5) devraient se lire : tél. : (416) 928-1003; télécopieur : (416) 928-0640.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourer en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



Supplément :

Le Canada et la CE

Voir pages 5-8

Réorganisation à AECEC pour répondre aux priorités commerciales

En raison de la priorité accordée par le gouvernement à la question de la compétitivité et de la prospérité, à l'Accord nord-américain de libre-échange, à la commercialisation internationale et à l'expansion du commerce, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a réorganisé les ressources commerciales existantes au sein du Ministère.

Pour relever plus efficacement les défis que ces priorités représentent, les services commerciaux actuels du Ministère ont été réorganisés en trois secteurs :

• **Politique commerciale** — Ce secteur est chargé de mener les futures négociations.

• **Expansion du commerce** — Ce secteur soutient la commercialisation internationale et les services commerciaux fournis aux exportateurs. Il constitue le lien principal avec Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), d'autres ministères et les ministères provinciaux. Ce qui est aussi important, c'est que ce secteur assure la liaison avec les milieux de l'exportation et de l'investissement du Canada.

• **Politique économique et compétitivité commerciale** — Outre les affaires de politique économique, ce groupe s'occupe du programme clé en matière de compétitivité au Ministère.

Le Secteur des négociations commerciales multilatérales demeurera essentiellement inchangé jusqu'à après l'Uruguay Round. Les directions géographiques respectives restent chargées des relations commerciales bilatérales et de l'expansion du commerce.

La U.S. Clean Air Act offre des débouchés commerciaux

(Voici la suite de l'article paru dans le dernier numéro.)

Premier remaniement important de la loi sur la pollution atmosphérique aux États-Unis depuis 1977, la nouvelle Clean Air Act (CAA) (loi sur l'air pur) aux États-Unis pourrait entraîner des dépenses — et offrir des possibilités aux Canadiens — de 20 à 30 milliards de dollars par an d'ici la fin du siècle.

Voici un bref aperçu des secteurs qui pourraient offrir des débouchés :

Services d'experts-conseils — Les sociétés qui peuvent établir le lien entre les organismes de réglementation et les pollueurs feront des affaires considérables. Le marché est mûr, non seulement pour les grandes firmes multidisciplinaires, mais aussi pour les entreprises régionales spécialisées. La gamme des services ira de la modélisation complexe au contrôle des odeurs, en passant par la concession de permis, la planification et la mise au point de nouveaux procédés industriels visant à minimiser les émissions.

Les experts-conseils spécialisés canadiens qui voudraient profiter de la pénurie persistante de personnel d'ingénierie dans la partie sud de la Californie devraient envisager d'établir une présence sur place, au moyen d'un partenariat complémentaire.

Outre les services d'ingénierie, les possibilités seront nombreuses en affaires publiques, en relations publiques et en services d'experts-conseils connexes. Elles s'offriront aussi aux spécialistes qui collaboreront avec des organismes de réglementation en vue d'établir de nouveaux règlements locaux, de répondre à des avis de violation, etc.

Entreprises d'exploitation, d'entretien et de réparation — L'utilisation des services d'entrepreneurs indépendants pour exploiter les systèmes de contrôle de la pollution a été couronnée de succès. En ce qui concerne les systèmes de contrôle de la pollution atmosphérique, le recours à des entrepreneurs

externes sera avantageux aux clients qui font face à des restrictions en matière de dotation en personnel ou à l'indisponibilité de personnel formé. Outre l'exploitation des systèmes, bon nombre d'installations concluent des contrats d'entretien qui prévoient un temps d'intervention garanti dans les cas d'interruptions d'urgence ou planifiées. Ces contrats prévoient souvent des inspections courantes, le remplacement de pièces et l'entretien préventif.

Production d'électricité propre — L'industrie indépendante d'électricité est déjà bien développée pour fournir de l'électricité renouvelable et produire de l'électricité par d'autres moyens. Dans l'industrie des services publics, au cours des années 1990, il faudra accroître la capacité non nucléaire, mettre au point des technologies de gestion et mettre davantage l'accent sur la conservation de l'énergie et les technologies à faible consommation d'énergie. Les services publics remplaceront le charbon à haute teneur en soufre et le pétrole par le gaz naturel, et ils achèteront de plus en plus d'électricité et de capacité auprès de fournisseurs indépendants.

Il faudra mettre au point une nouvelle génération de matériel pour le contrôle de la pollution car les vieilles centrales urbaines doivent être remises à neuf. Les organismes de réglementation de la

(Voir page 4 : Débouchés.)

DANS CE NUMÉRO

L'abonnement à CanadExport.....2

Débouchés commerciaux.....3

Un programme pour exportateurs.....4

Foires et salons commerciaux.....9-10

Études de marchés.....11

Calendrier, Publications.....12

UN REGARD NEUF SUR L'EXPORTATION

À qui doit s'adresser CanadExport

Dans les dernières livraisons de *CanadExport*, vous avez trouvé une carte de renouvellement de votre abonnement. Cette carte vise à nous faire connaître davantage nos abonnés pour mieux les servir et à ne pas fournir la publication, aux frais du contribuable, à ceux qui n'en veulent pas. Ceci a suscité des discussions intéressantes avec mes collègues du Ministère et de la rédaction.

Deux thèses principales sont exprimées :

1. *CanadExport* ne doit être expédié qu'aux personnes qui veulent le recevoir, et la qualité de la publication doit être suffisante pour que les lecteurs soient prêts (ultimement) à payer leur abonnement.

2. *CanadExport* est un service public pour lequel les lecteurs ont déjà payé par leurs taxes et impôts et il doit rejoindre le public d'affaires le plus large possible.

Le prix d'un service public

La responsabilité fiscale conduit le gouvernement et le Conseil du trésor à recouvrir de plus en plus les coûts associés aux services qui ne sont pas universels. Une mesure efficace de l'utilité d'un produit est le prix qu'un client est prêt à déboursier pour ce produit. N'ayant pas le monopole de l'information à l'exportation, la facturation contribuerait à stimuler l'objectif d'excellence qui nous anime.

CanadExport reçoit environ 200 demandes écrites d'abonnement par mois. Combien subsisteraient à \$50 par année (pour 23 numéros) ? Je parle ici de recouvrir nos coûts, pas de réaliser des profits.

Reste l'argument du contribuable qui affirme avoir déjà payé *CanadExport* dans ses impôts. Je n'y vois qu'une réponse logique : déduire du budget du gouvernement les

sommes consacrées aux services facturables.

Le mandat d'un service public

Cette notion est plus complexe que celle des coûts. Affaires Extérieures et Commerce Extérieur Canada a, parmi ses objectifs, celui d'accroître les exportations canadiennes. C'est l'objectif de *CanadExport*. Nous pouvons y contribuer d'au moins deux manières :

- en fournissant aux entreprises exportatrices et prêtes à exporter les informations qui permettront de leur faire prendre les meilleures décisions à l'exportation ;
- en informant le plus grand nombre possible d'entreprises et de Canadiens sur le défi de l'exportation, sur son potentiel et son importance pour le Canada.

La première manière fournit de l'information spécialisée aux entreprises qui exportent ou désirent le faire. La deuxième fournit de l'information plus générale à ceux qui pourraient exporter si la motivation pour le faire leur est fournie.

CanadExport ne peut les servir bien tous les deux simultanément car leurs besoins sont différents. Les premiers savent à peu près ce qu'ils veulent, tandis que pour les deuxièmes, il faut faire oeuvre d'éducation.

Faire les deux irrite nos lecteurs de chaque catégorie comme en témoigne le courrier de ceux qui nous écrivent, que nous gaspillons du papier lorsque nous traitons de sujets ou trop précis ou trop généraux, selon qui nous écrit.

Ne pouvant bien servir tous les publics, nous continuerons de fournir des informations précises aux entreprises pour lesquelles l'exportation est une préoccupation majeure. Nous ne fournirons également cette information qu'à ceux qui nous auront confirmé qu'ils désiraient la recevoir.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamoré

Rédacteurs : Louis Kovacs et Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

ISSN 0823-3330

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.
Expédier à : *CANADEXPORT* (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré

Le prochain numéro de
CanadExport
sera publié le 3 septembre.

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

COSTA RICA — Une coopérative et entreprise d'emballage désire importer du Canada des peaux de vache brutes et salées; de la gélatine industrielle comestible; de la styromousse ordinaire et biodégradable; des mélanges d'épices préparés pour la fabrication de saucisses; et des peaux servant à la production de mortadelle (diamètre: 4 à 5 pouces). La société désire aussi conclure un accord d'entreprise conjointe pour la fabrication de savon spécial avec une société canadienne qui possède de bonnes capacités de commercialisation. Communiquer avec Lic Orlando Jimenez N., General Manager, Coopemontecillos, R.L., Box 4105-1000, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33-3611. Télécopieur : (506) 23-69-67.

CUBA — Un appel d'offres a été lancé pour l'achat d'une usine complète de distillation de résine qui produira 3000 tonnes par an de colophane et d'huile de térébenthine. Les résines utilisées devront provenir des espèces suivantes : Pinus tropicalis morelet (femelle) et Pinus caribaea morelet (mâle). Pour recevoir des documents relatifs à l'appel d'offres, en anglais, communiquer avec le service commercial, ambassade du Canada, La Havane. Téléx : (code de destination : 28) 51-1586 (CAN CU). Télécopieur : (011-53-7) 22-70-44.

ESPAGNE (réf. CIB) — Une entreprise, fondée par l'un des groupes financiers les plus importants d'Espagne, désire importer des produits électroniques et informatisés pour les aveugles et les handicapés. Parmi les produits recherchés, on compte de nouvelles machines qui comportent le braille, des logiciels de langage comportant de nouveaux symboles et de nouveaux répondeurs automatiques. Joindre le représentant de la société cliente, Jaime Angerri, Technology Management Department, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003 Barcelone (Espagne). Tél. : 319 88 11. Télécopieur : 310 35 35.

ESPAGNE (réf. CHE) — Une entreprise représente un client (qui distribue dans l'ensemble du pays) établi à Barcelone qui désire conclure un ac-

cord d'entreprise conjointe avec des fabricants ou des fournisseurs canadiens de produits chimiques auxiliaires (peintures, détergents, fongicides, colorants alimentaires, épaississants et additifs) pour la fabrication ou la distribution de ces produits. Communiquer avec le représentant du client, Jaime Angerri (voir l'annonce précédente).

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise de services et de réparations électroniques qui mène surtout des activités sur les marchés industriels et militaires du Royaume-Uni désire représenter sur place, en ce qui concerne des services d'entretien, de réparations et de soutien technique, des sociétés canadiennes qui fournissent

de pinces à goupilles, de poinçonneuses à goupille élastique, de tournevis (y compris les plaquettes) et de foreuses (y compris les plaquettes). Communiquer avec Mrs. Dianna Pratchett, J. Russell, Hancock Limited, P.O. Box 414, Wellington, New Zealand. Télécopieur : 09-712-405.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un fabricant de douches et de rideaux de bain, qui vend à plus de 400 magasins de salles de bain, de quincaillerie, de matériel "fabrication maison" et de plomberie, désire importer des accessoires de salle de bain supplémentaires du Canada. Communiquer avec Greg Smale, Managing Director, New Line Shower Screens Limited, P.O. Box 100-820, North Shore Mail Centre, Auckland, New Zealand. Télécopieur : 09-443-0044.

Débouchés commerciaux

déjà ou qui sont sur le point de fournir du matériel électronique de conversion de l'énergie (convertisseurs linéaires et commutés), des amplificateurs de puissance et de produits électroniques analogiques au Royaume-Uni. Communiquer avec Paul Talbot, Managing Director, QES Ltd., Bessemer Drive, Stevenage, Hertfordshire SG1 2DX, England. Tél. : 0438 310154. Télécopieur : 0438 318420.

GRANDE-BRETAGNE — Les fabricants canadiens de pièces de précision qui désirent offrir des travaux à des sous-traitants ou accorder des licences de fabrication à des entreprises au Royaume-Uni peuvent utiliser les services de M.D. Prajapati, Sales Director, N.P.D.D. Engineering Ltd. (nom commercial : Nisan Engineering), Tithe Street, Leicester LE5 4BN, England. Tél. : (0533) 769198.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur recherche des ustensiles de cuisine, des articles de ménage, et de la vaisselle. Communiquer avec John Skinner, Kerr Cowan Ltd., P.O. Box 36121, Auckland, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : 09-815-0995.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise d'importation et de distribution recherche des fournisseurs de câbles électriques pour automobiles, de matériel pour essuie-glace (à grand rendement pour camions et autobus),

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise récemment établie désire conclure une entente de coopération mixte pour le montage, la mise à l'essai, la vente, l'entretien et la fabrication, en Tchécoslovaquie, de produits tels que des systèmes de sécurité et d'alarme, des systèmes d'accès à cartes magnétiques ainsi que des systèmes de téléavertisseurs. Communiquer avec Jiri Trojan, Robinson, U Borku 413, 530 03 Pardubice, Tchécoslovaquie.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise qui désire vendre et entretenir des ordinateurs et des produits électroniques grand public voudrait aussi conclure une entente de coopération mixte pour la fabrication de cartes à circuits imprimés, de modules électroniques et de matériel technique et de laboratoire. Communiquer avec ELINS, Druzstevni Podnik AK Slosovice, 763 15 Slosovice, Tchécoslovaquie. Tél. : 067/981 572. Télécopieur : 067/952 694.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un producteur de démonte-pneus et d'élevateurs hydrauliques désire coopérer avec une entreprise occidentale. Communiquer avec Ing. Pavol Galo, Bratislavske Automobilove Zavody A.S., Odstepny Zavod Nitra, Sturova 72, 949 01 Nitra, Tchécoslovaquie. Tél. : 087/294 89. Téléx : 98228. Télécopieur : 087/25014.

Rapport trimestriel des missions

Activités commerciales à 75 missions canadiennes d'octobre à décembre 1990

	DEMANDES DE RENSEIGNEMENT		DEMANDES DE RENSEIGNEMENT		MISSIONS D'AFFAIRES	
	SUR LE COMMERCE		SUR LES INVESTISSEMENT			
	CAN.	LOCAL	CAN.	LOCAL	CAN.	LOCAL
AFRIQUE/MOYEN-ORIENT	2225	2408	34	101	469	1154
ASIE-PACIFIQUE	8735	8446	153	144	2124	3159
EUROPE	8532	8998	393	644	2407	3024
AMÉRIQUE LATINE/CARAIBES	5935	8399	44	73	1160	2484
ÉTATS-UNIS	7955	6439	184	414	2154	1879

Débouchés aux États-Unis

(Suite de la première page.)

qualité de l'air et des services publics exerceront une pression sur les services publics pour trouver des solutions de rechange (énergie solaire, éolienne, géothermique et hydraulique) aux moyens de production traditionnels dans les bassins pollués.

Au cours des années 1990, la cogénération alimentée au gaz augmentera le plus la capacité de production d'électricité provenant de sources autres que les services publics. La mise au point des technologies de contrôle du NOx, surtout les turbines à gaz à cycle combiné, dont le rendement est élevé, entraînera une augmentation importante de leur utilisation par les fournisseurs d'électricité des services publics et par d'autres fournisseurs.

Combustible propre, véhicules propres — Il existe de nombreuses possibilités en raison du besoin de combustibles et de véhicules propres. Le marché devrait représenter des centaines de millions de dollars d'ici 1995.

Il mettra l'accent sur des carburants de rechange (méthanol, éthanol, additifs aux carburants, essences reformulées, gaz naturel, probablement l'hydrogène, pile à combustible et batterie électrique). Des systèmes perfectionnés de contrôle des émissions pour les voitures, les autobus et les camions sont aussi envisagés.

D'ici 1992, le recyclage obligatoire des chlorofluorocarbures (CFC) obligera les stations-services, les ateliers de réparation et les concessionnaires d'automobiles à installer du matériel de récupération des CFC pour l'entretien des appareils de climatisation.

Pour de plus amples renseignements sur ces possibilités, communiquer avec Michael Pascal, agent commercial, Consulat général du Canada, 300 South Grand Avenue, 10th Floor, California Plaza, Los Angeles, Californie 90071, USA. Tél. : (213) 687-7432. Télécopieur : (213) 620-8827. Télex : 00674657 (DOMCAN LSA).

Programme de formation des exportateurs prévu pour septembre

Un programme de formation des nouveaux exportateurs destiné aux entreprises dans les régions d'Ottawa-Carleton et de la Capitale nationale, qui durera dix mois, commencera le 16 septembre 1991 dans l'auditorium de l'édifice Lester B. Pearson, 125, prom. Sussex, à Ottawa.

Le programme, qui se veut pratique, vise à aider les entreprises qui sont en mesure d'exporter, qui désirent exporter ou qui veulent augmenter leurs connaissances en matière d'exportation. Il a aussi pour objectif de permettre aux entreprises de devenir plus concurrentielles sur les marchés extérieurs.

Le programme porte sur le financement à l'exportation, les questions sur le transport relié à l'exportation, les documents de douane et d'autres documents, ainsi que sur les foires commerciales.

Le programme est parrainé par la Banque fédérale de développement conjointement avec l'Ottawa Carleton Industrial Training Committee, l'Ottawa Carleton Board of Trade et le Collège Algonquin.

Pour s'inscrire (les frais sont de 1 000 \$ par entreprise) ou obtenir d'autres renseignements, communiquer avec M. Douglas L. Marshall, coordonnateur de projet, Programme de formation des nouveaux exportateurs, Banque fédérale de développement, 280, rue Albert, Ottawa K1P 5G8. Tél. : (613) 237-2571/995-234. Télécopieur : (613) 995-9045.

Prix du commerce extérieur à un cadre d'AECEC



David Knowles

Le premier prix pour services rendus dans le domaine de l'enseignement du commerce extérieur au Canada a été décerné, le 1^{er} juin, à M. David Knowles d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

M. Knowles a été choisi comme récipiendaire de 1991 en raison du soutien qu'il a offert au programme du Centre d'études en administration internationale (CEAI) et de l'extension de ce programme en termes de nombres (de 5 à 7) et de budgets, et du fait qu'il a reconnu la nécessité (il a aussi établi le financement discrétionnaire) de favoriser et de soutenir des initiatives dans des universités qui ne comportent pas de CEAI.

Il a aussi reçu le prix pour ses efforts visant à raffermir les liens entre les enseignants universitaires dans le domaine du commerce extérieur et AECEC. Le prix, offert grâce à la générosité de l'éditeur de livres scolaires sur le commerce extérieur, PWS/Kent Publishing Company, établi à Boston, a été présenté par la Division du commerce extérieur de l'Association des sciences administratives du Canada (ASAC).

Le Canada et la CE : — quinze années de coopération —

L'année 1991 marque le 15^e anniversaire de l'Accord cadre de coopération commerciale et économique entre le Canada et la Communauté européenne (CE). L'objectif de cet accord est de "consolider, d'approfondir et de diversifier (nos) relations commerciales et économiques... sur la base du profit mutuel". L'Accord fournit un cadre qui permet de suivre et de discuter les faits nouveaux découlant des changements sur le marché ou des modifications apportées aux politiques gouvernementales. Il permet aussi de traiter de tous les aspects de la coopération commerciale et économique entre le Canada et la CE, et sert à faciliter le commerce et les investissements et à encourager diverses formes de coopération dans les domaines industriel, technique et de la recherche et du développement (R et D).

L'Accord encourage une vaste gamme d'entreprises de coopération entre les intervenants des deux côtés, y compris le gouvernement, le secteur privé, les associations industrielles et la communauté universitaire. Actuellement, la coopération a lieu dans de nombreux secteurs, notamment les métaux et les produits minéraux, les produits en bois et en papier, les aliments transformés, l'uranium, le matériel et les procédés de conservation de l'énergie, les technologies de l'environnement et les télécommunications. La coopération scientifique, y compris certains projets conjoints de R et D, a lieu dans divers secteurs tels que la gestion des déchets radioactifs, la technologie de transport de l'hydrogène, la recherche dans le domaine de la santé publique, la fusion thermonucléaire, le traitement des minerais complexes et la biotechnologie agricole. L'étendue des efforts de coopération et des échanges d'informations a considérablement augmenté; elle reflète la gamme et la complexité des relations et des intérêts entre le Canada et la CE. L'Accord continuera à évoluer et à fournir une base solide permettant de répondre à ces besoins.

Outre les activités dans le cadre de l'Accord, des ministres se réunissent chaque année avec des membres de la Commission européenne, et des cadres supérieurs chargés de superviser les relations entre le Canada et la CE se réunissent régulièrement. Ces réunions permettent aux technocrates supérieurs d'examiner l'état des relations bilatérales et de se consulter sur des questions internationales. Ces dernières sont devenues particulièrement importantes car la CE devient un intervenant plus actif dans les affaires économiques, commerciales, monétaires et politiques internationales.

Compte tenu de l'importance croissante du dialogue politique entre le Canada et la CE, les deux parties ont émis, en novembre 1990, une "Déclaration sur les relations

entre le Canada et la Communauté européenne". Généralement connue comme la "Déclaration transatlantique", elle se fonde sur nos valeurs et notre patrimoine communs, et établit les principes et les objectifs d'un nouveau partenariat. De plus, c'est un instrument politique important qui permet de faire le suivi d'accords existants, tels que l'Accord cadre, et étend la portée de la coopération à de nouveaux domaines tels que la lutte contre le terrorisme et le trafic de la drogue. De plus, elle élève le niveau du dialogue politique à celui des dirigeants gouvernementaux et définit des procédures de consultation précises. Par exemple, des rencontres régulières auront lieu entre le Premier ministre, d'une part, et les présidents du Conseil européen et le président de la Commission européenne, d'autre part. En outre, la Déclaration prévoit des rencontres semestrielles entre le Secrétaire d'État aux Affaires extérieures, le président du Conseil des ministres de la CE et la Commission. La Déclaration encourage aussi l'établissement de relations plus étroites entre le Parlement européen et le Parlement du Canada.

La Communauté européenne s'oriente vers une cohésion économique, commerciale et politique plus poussée : l'initiative du marché unique de 1992 établit un marché vraiment commun entre les 12 États membres, qui assure l'entière liberté de circulation des produits, des services, des personnes et des capitaux. Deux conférences intergouvernementales rédigent de nouveau les traités de base de la CE en vue de réaliser l'union monétaire et politique. Actuellement, la CE négocie l'extension des "quatre libertés" relatives à la circulation aux sept membres de l'Association européenne de libre-échange; elle lie ainsi davantage ces pays à son avenir. L'Autriche, la Suède, la Turquie, Chypre et Malte ont demandé officiellement d'adhérer à la CE, et celle-ci négocie de nouvelles ententes d'association avec la Pologne, la Hongrie et la Tchécoslovaquie. Ces ententes fourniront de nouveaux niveaux de coopération et d'intégration.

Étant donné que la CE est en train de retracer l'ensemble de la carte économique, commerciale et politique de l'Europe, le défi principal que doivent relever la politique extérieure et le commerce canadiens au cours des années 1990, c'est d'établir une relation solide et efficace avec les pays situés de l'autre côté de l'Atlantique, qui servira les intérêts canadiens. La base de cette relation est déjà bien établie : après les États-Unis, la CE est le partenaire commercial et économique le plus important du Canada, et les structures institutionnelles actuelles accordent au Canada une excellente place pour développer ses intérêts bilatéraux et multilatéraux avec l'Europe.

Commerce et investissement Canada-CE

La CE est le deuxième plus important partenaire commercial du Canada; en 1990, les exportations canadiennes ont atteint 11,5 milliards de dollars et les importations 15,6 milliards de dollars. Il y a quinze ans, les exportations du Canada à la CE s'élevaient à 4,5 milliards de dollars et les importations à 3,1 milliards de dollars.

Les exportations canadiennes sont encore fondées en grande partie sur les secteurs de ressources (minerais et métaux : 28,7 %, produits forestiers : 28,5 %, en 1990). Cependant, la part du secteur manufacturier (machines, matériel et produits de haute technologie) a augmenté jusqu'à environ 20 %.

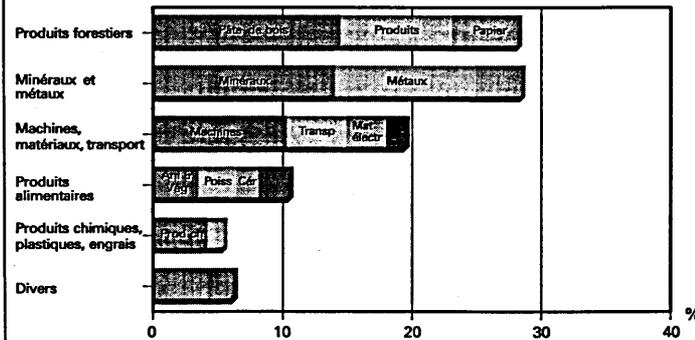
Le marché de la CE est très important pour presque toutes les provinces. L'Ontario, avec 3,5 milliards de dollars, le Québec, avec 3,1 milliards de dollars, et la C.-B., avec 2,6 milliards de dollars, ont enregistré le plus grand volume absolu d'exportations à la CE, en 1990.

Toutefois, pour ce qui est de la proportion de l'ensemble des exportations d'une province destinée à la CE, le Nouveau-Brunswick occupe la première place avec 19,2 %; il est suivi de Terre-Neuve avec 17,9 % puis de la Nouvelle-Écosse avec 16,5 %.

Les investissements directs canadiens dans la CE sont passés de 4,8 milliards de dollars en 1983 à 17,8 milliards de dollars en 1990. Pendant la même période, les investissements directs de la CE au Canada sont passés de 13 milliards à 30,2 milliards de dollars. Il en découle que la CE est la source et la destination les plus importantes des investissements directs du Canada, après les États-Unis.

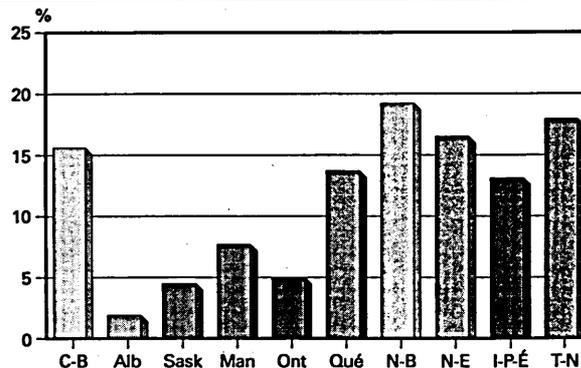
En 1989, dernière année pour laquelle on dispose de données complètes, le secteur manufacturier comptait pour 60 % des investissements directs du Canada dans la CE; de ce total, le bois et le papier représentaient 29 %, et les métaux non ferreux 24 %.

Ventilation par industrie des exportations canadiennes vers la CE — 1990



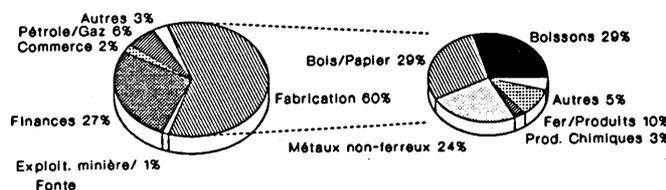
Sources :
Statistique
Canada

Exportations à destination de la CE en % du total des exportations des provinces — 1990



Sources :
Statistique
Canada

Investissements canadiens dans la CE, par industrie — 1989



Sources :
Statistique
Canada

Un marché européen unique et au-delà

En 1957, le Traité de Rome a créé le Marché commun européen. Les tarifs douaniers entre les États membres ont été rapidement éliminés, mais une vaste gamme de barrières non tarifaires demeurent en place.

En 1985, les pays de la CE ont décidé d'établir un Marché commun qui supprimerait les barrières empêchant la libre circulation des produits, des services, de la main-d'œuvre et des capitaux. Le programme prévoyait l'adoption de 282 mesures législatives. Au milieu de l'année 1990, toutes les mesures ont été présentées par la Commission européenne et, au milieu de l'année 1991, plus de 60 % ont été approuvés par le Conseil.

L'initiative de 1992 ne porte pas seulement sur le mouvement des produits, des services, etc. Elle consiste aussi en politiques nouvelles et communes dans les secteurs où les juridictions sont partagées (CE et États membres) en ce qui concerne la recherche et le développement, le transport aérien, les fusions d'entreprises, l'énergie, le développement régional, la coopération entre les universités, les droits sociaux et la coopération culturelle.

Ce projet collectif est tout simplement révolutionnaire. Il a radicalement transformé la situation économique, culturelle et politique en Europe et a rendu possible une nouvelle "Renaissance" de l'Europe.

Comment traiter avec la nouvelle Europe

Le Marché unique est un programme étendu qui crée la plus grande entité commerciale au monde. En 1990, pour la première fois, le produit intérieur brut (PIB) de la CE a dépassé celui des États-Unis et, au cours de la même année, la CE a remplacé les États-Unis comme destination principale des investissements directs étrangers. Des entreprises du monde entier établissent des stratégies relatives à la nouvelle Europe.

Comment les entreprises canadiennes peuvent-elles se préparer à tirer parti des possibilités qui s'offrent?

Une stratégie européenne devrait être un élément clé des plans commerciaux des firmes canadiennes. Elle devrait comprendre des options d'investissement (acquisitions, fusions, entreprises conjointes, alliances stratégiques), la distribution et le service après-vente, des données sur le marché, et des procédures d'essai et de certification.

Une méthode clé, qu'utilisent avec succès un certain nombre de sociétés canadiennes, c'est l'établissement d'alliances stratégiques avec des partenaires européens.

L'établissement de partenariats stratégiques permet à de nombreuses entreprises canadiennes de tirer parti d'une présence directe sur le marché européen tout en leur évitant le coût énorme et les risques associés à une acquisition ou à un investissement en installations nouvelles.

CHANGEMENTS CLÉS EN 1992

La suppression des barrières physiques

- Assure le libre mouvement des produits, des services, des travailleurs et des capitaux au sein de la CE.
- Permet aux importations de circuler librement à l'intérieur de la CE dès qu'elles pénètrent un État membre.

La suppression des barrières techniques

- Permet la distribution illimitée à tous les pays de la CE dès qu'un produit répond aux normes techniques de n'importe quel membre de la CE.
- Permet à l'industrie de produire à l'intention d'un marché plus vaste.
- Ouvre le marché d'approvisionnement public à la concurrence.

L'élimination des barrières fiscales

- Réduit les différences entre les taxes indirectes qui entravent le commerce entre les États membres.

La libéralisation du mouvement des capitaux

- Encourage la concurrence et le choix pour ce qui est des services financiers.
- Permet d'orienter les épargnes vers des investissements plus efficaces et moins coûteux.
- Donne aux emprunteurs l'accès à un financement plus divers et moins coûteux.
- Permet le financement plus concurrentiel des investissements et du commerce à l'intérieur de la CE.

Le Marché européen unique :

Messages stratégiques destinés aux entreprises canadiennes

- pour réussir sur les marchés de la CE, il faut avoir une vision souple du futur; il faut aussi mettre l'accent sur la qualité, la commercialisation, la définition des créneaux et de nouvelles approches à valeur ajoutée et axées sur la technologie;
- les foires commerciales, les missions commerciales, l'aide des délégués commerciaux et d'autres méthodes peuvent faciliter la pénétration du marché et en augmenter la connaissance;
- il faut s'y prendre tôt et s'engager à long terme pour établir une position forte;
- on peut surmonter les difficultés dues à la réglementation, telle que les normes techniques, et les obstacles aux marchés publics, par la coopération au moyen d'alliances stratégiques;
- la reconnaissance mutuelle des normes et les procédures d'essai et de certification simplifieront la pénétration du marché.



SOURCES D'INFORMATION

L'Europe de 1992

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) suit de près le processus de l'Europe de 1992 et tient le public au courant de la situation au moyen de diverses activités : des conférences partout au Canada, des publications, et des services de consultation.

Publications

En été et à l'automne de l'année courante, AECEC publiera des rapports qui seront fondés sur la recherche relative à l'Europe de 1992, effectuée par des experts-conseils canadiens et européens sur les industries de l'environnement, les industries des océans, les logiciels, les télécommunications ainsi que les sous-secteurs des produits en bois à valeur ajoutée.

Voici une liste des publications que l'on peut se procurer en appelant INFO EXPORT au numéro sans frais d'appel suivant : 1-800-267-8376.

1992 Impact de l'unification du marché européen

Première partie : Conséquences pour l'Europe.

Deuxième partie : Conséquences pour les secteurs industriels canadiens.

Des rapports sur les secteurs suivants ont été publiés :

- Synthèse
- Les produits agro-alimentaires
- L'industrie de l'automobile

- Les services financiers
- Les produits de la pêche
- Les produits et les services industriels
- Les minéraux et les métaux
- Les services professionnels et d'experts-conseils : Avocats d'affaires et experts-conseils
- Les produits chimiques de spécialité,

Europe de 1992 : Rapport du Groupe de travail

Des rapports sur les secteurs suivants ont été publiés :

- Produits agricoles et alimentaires
- Concurrence et politique commerciale
- Production de la défense
- Union économique et monétaire
- Services financiers
- Minéraux et métaux
- Normes
- Télécommunications et informatique

Un rapport sur la propriété intellectuelle sera publié plus tard en 1991.

Les tarifs de la CE

Les entreprises canadiennes peuvent obtenir des renseignements sur les droits de douane de la Communauté européenne sur des disquettes d'ordinateur spécialement conçues, que l'on peut se procurer auprès d'Info Export et des Centres du commerce international partout au pays.

Les normes européennes

Nous collaborons avec le Conseil canadien des normes pour faciliter la diffusion de renseignements sur les normes de la CE. Un service en direct sur les données sur les normes de la CE est maintenant disponible par l'intermédiaire du Conseil (au moyen du réseau Datapac et d'INET; tél. : 1-800-267-8220).

PASSEPORT POUR L'EUROPE

(Cette publication est disponible auprès d'INFO EXPORT, tél. : 1-800-267-8376.)

Établi par la firme d'experts-conseils PROSPECTUS, ce rapport décrit les possibilités offertes par l'Europe de 1992. Il décrit aussi les divers genres d'alliances stratégiques et donne des conseils sur le choix d'un partenaire et la négociation d'un accord.

nouveaux matériaux, produits pharmaceutiques et biotechnologie

- Les télécommunications et l'informatique

Les rapports suivants seront publiés plus tard en 1991 :

- Droit des compagnies
- Défense, aérospatiale, transport

Autres rapports

- L'Europe de 1992 et les questions connexes
- Les normes et la certification

Pour de plus amples renseignements sur le programme de l'Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne d'AECEC. Tél. : (613) 996-2727.

Des foires commerciales pour percer au Moyen-Orient

Les entreprises canadiennes ont la possibilité d'étendre leurs activités à des marchés extérieurs, de nommer des représentants ou des distributeurs ou de rechercher des possibilités d'entreprises conjointes en participant aux foires commerciales suivantes qui se tiendront cet automne, au Moyen-Orient :

• **SAUDIAGRICULTURE 91** — 6-10 octobre — Riyad (Arabie saoudite). Il s'agit de la dixième année de cette foire qui porte sur l'agriculture, l'irrigation et l'industrie agricole, et qui attire des acheteurs de la plupart des pays du Golfe.

Le plan quinquennal de l'Arabie saoudite a accordé plus de 37 milliards de dollars US aux besoins alimentaires, agricoles et ressources en eau de cette région.

• **SAUDI RISK CONTROL 91** — 20-24 octobre — Riyad (Arabie saoudite). Foire portant sur le matériel de lutte contre les incendies, de sécurité générale et industrielle dont le marché se chiffre annuellement à 420 millions de dollars US en Arabie saoudite. D'après Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), les produits canadiens ont une bonne image de marque en Arabie saoudite.

• **REBUILD KUWAIT 91** (reconstruction du Koweït) — 2-7 novembre — Bahrein. Cette exposition comportera une vaste gamme de technologie qui convient au programme de reconstruction du pays, y compris la construction civile; le pétrole, le gaz et les produits pétrochimiques; l'eau et les égouts; l'électricité; les télécommunications; le transport et les domaines reliés aux plans immédiats et futurs du pays.

L'exposition coïncide avec le programme d'évaluation des dommages au Koweït, d'une durée d'environ six mois. On estime que des contrats à long terme, d'une valeur dépassant de loin 50 milliards de dollars US, seront passés à la fin de cette période.

• **7th MIDDLE EAST OIL SHOW & CONFERENCE** (Septième salon et conférence sur le pétrole au Moyen-Orient) — 16-19 novembre - Bahrein. Cette manifestation importante sur le pétrole et le gaz dans les pays du Golfe aura lieu vers la fin de la période de six mois du programme d'évaluation des dommages au Koweït, ce qui donnera aux fournisseurs du secteur du pétrole et du gaz la possibilité de faire la promotion de leurs produits et de leurs services sur un marché qui offrira de nombreuses possibilités au cours des cinq prochaines années.

• **SAUDI ELENEX 91/SAUDI**

AIRCON 91 — 17-22 novembre — Riyad (Arabie saoudite). Cette exposition spécialisée présentera du matériel et du savoir-faire nécessaires au développement de l'infrastructure. Dans le cadre du plan quinquennal actuel, les dépenses civiles dépasseront 200 milliards de dollars US.

On peut se procurer d'autres informations sur ces foires commerciales au Moyen-Orient auprès du représentant canadien des organisateurs, UNILINK, 40, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ont.) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

Salon des communications en Turquie

Istanbul — Les représentants de l'industrie canadienne des communications auront la possibilité de rencontrer des décideurs clés provenant de régions telles que la Turquie, l'Europe de l'Est et le Moyen-Orient lorsqu'ils participeront à **Communications Turkey '91**, qui se tiendra dans cette ville du 20 au 24 novembre.

L'ambassade du Canada à Ankara participera au salon avec un pavillon central et d'information, et elle encourage les entreprises canadiennes à participer.

On peut obtenir des informations sur la location d'espace, la construction du pavillon, l'aide financière et d'autres questions auprès du représentant de la participation canadienne, Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ont.) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

Exposition de foresterie au Chili

Concepcion — On encourage les entreprises canadiennes à participer au pavillon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à **EXPOCORMA 91**, salon important de matériel et de services de foresterie, qui se tiendra du 25 novembre au 1^{er} décembre dans cette ville du Chili.

EXPOCORMA, qui a lieu tous les deux ans, fournit aux participants une excellente possibilité d'explorer et de pénétrer le marché croissant de la foresterie au Chili.

L'industrie chilienne locale estime que, d'ici l'an 2000, jusqu'à 4 milliard de dollars auront été dépensés sur cette industrie — pour l'acquisition de nouvelles et de meilleures usines de pâtes et papiers, de scieries et d'instal-

lations de transport.

A **EXPOCORMA** de 1989, le Canada était parmi les 24 pays participants et a reçu le prix du "meilleur pavillon". En outre, les 27 sociétés canadiennes ont réalisé des ventes d'environ 2,4 millions de dollars sur une période de 12 mois.

Pour se renseigner sur les demandes de participation, les frais, le matériel exposé, les kiosques, le déplacement en avion, ou pour obtenir d'autres informations sur **EXPOCORMA 91**, communiquer avec M. Paul Schutte, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Télécopieur : (613) 943-8806.

Les voyages d'affaires vont de pair avec les foires et les conférences en Inde

Les entreprises canadiennes qui comptent effectuer des voyages d'affaires en Inde peuvent envisager d'arranger leurs itinéraires de sorte que ceux-ci coïncident avec un certain nombre de foires commerciales, d'expositions et de conférences dans ce pays.

Bien que le Canada ne participe ni avec un pavillon national ni avec un kiosque d'information aux manifestations suivantes, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et les agents commerciaux canadiens à New Delhi et à Bombay peuvent fournir des renseignements et de l'aide aux entreprises canadiennes.

• **International Exhibition on Lighting Technology (PRAKASH'91)** — 7-13 octobre — Pragati Maidan (New Delhi).

Plus de 400 millions de lampes sont fabriquées en Inde chaque année; cependant, il existe de nombreuses possibilités d'améliorer le produit et la technologie de production, secteurs qui seront mis en vedette dans le cadre de l'exposition internationale sur la technologie de l'éclairage, qui se tiendra dans ce pays pour la première fois.

En Inde, l'industrie est sur le point d'être rénovée à grande échelle, ce qui nécessite la coopération avec des entreprises d'éclairage avancées sur le plan technique.

• **4th International Exhibition & Conference on Industrial Pollution Monitoring, Control and Safety (ENVIROTECH'91)** — 28 octobre-2 novembre — Nehru Centre (Bombay).

Cette manifestation offre aux principaux fabricants et aux fournisseurs de matériel de lutte contre la pollution et de systèmes de contrôle une excellente possibilité de commercialiser leurs technologies salubres et propres ainsi que leurs produits et leurs services qui ne présentent pas de danger pour l'environnement.

La participation à cette manifestation permet aux participants d'établir des relations commerciales utiles. En outre, l'exposition est un excellent forum pour le transfert éventuel de technologies et

l'établissement d'entreprises conjointes.

L'Inde a adopté des lois rigoureuses sur les normes de pollution minimale et a annoncé des mesures d'encouragement pour la lutte contre la pollution. Actuellement, elle a besoin des technologies pour atteindre ces objectifs.

• **11th India International Trade Fair (IITF'91)** — 14-24 novembre — Pragati Maidan (New Delhi).

On s'attend à ce que 2,5 millions de visiteurs, y compris 50 000 personnes d'affaires, participent à cette foire commerciale qui comporte tous les aspects de l'industrie, du commerce, de la science et de la technologie.

On mettra l'accent sur les machines, le matériel et la technologie agricoles; les machines et la technologie de fabrication; et l'utilisation de produits chimiques en agriculture.

La foire ne permet pas seulement de faire des affaires sur place, mais c'est aussi un forum rentable qui permet de lancer de nouveaux produits et de déterminer de nouveaux secteurs de coopération économique, de collaboration industrielle et d'établissement d'entreprises conjointes, surtout pour les pays en voie de développement.

• **National Association of Software and Service Companies Annual Conference (NASSCOM'91)** — 5-6 décembre - Bangalore.

Le thème est "la mondialisation de la mise au point de logiciels".

Étant donné que l'Inde est considérée comme un bon marché de logiciels et un lieu adéquat pour tenir des ateliers sur les logiciels, on prévoit que la conférence attirera des participants des États-Unis, du Japon, de la Communauté européenne, de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est et d'Australie, entre autres.

Pour de plus amples renseignements sur ces manifestations, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Ou avec :

• le conseiller commercial, Haut-Commissariat du Canada, 7/8 Shantipath Chanakyapuri, New Delhi 110021, Inde. Tél. : (code de destination : 81) 031-72363 DMCN IN. Télécopieur : (011-91-11) 687-6500 poste 401;

• le Consulat du Canada, Hotel Oberoi Towers, Suite 2401, Nairim Point, Bombay 400 021. Tél. : 11-2334/5 (OBBY IN). Télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

Salon sur l'environnement au Royaume-Uni

Birmingham — Les entreprises canadiennes ont la possibilité de percer sur le marché de la lutte contre la pollution en Europe (d'une valeur de 40 milliards de dollars par an et croissant à un taux de 11 %) en participant à **Environmental technology Exhibition '91**, qui se tiendra dans cette ville du Royaume-Uni, du 8 au 10 octobre 1991.

Exhibition '91 est l'exposition la plus grande et la foire commerciale la plus globale de l'industrie reliée à l'environnement, au Royaume-Uni.

Elle offre aux entreprises de matériel de surveillance, de contrôle, de nettoyage et d'élimination de toute forme de déchets dans l'environnement la possibilité de présenter leurs produits et leur technologie à de grands et petits acheteurs qui utiliseront de plus en plus de matériel relié à l'environnement alors que l'on se rend de plus en plus compte de l'importance de la gestion de l'environnement et des lois connexes dans la Communauté européenne.

Après le succès connu par la manifestation l'année dernière, le Haut-Commissariat du Canada à Londres organise une aire du Canada au salon, qui se tiendra au National Exhibition Centre de Birmingham.

Pour tout renseignement, communiquer — le plus tôt possible — avec M. Giles Scott, agent commercial, Haut-Commissariat du Canada, 1 Grosvenor Square, Londres W1X 0AB, U.K. Tél. : 011 44 71 629 9492. Télécopieur : 011 44 71 409 1473.

ÉTUDES DE MARCHÉS

Les télécommunications au Costa Rica

D'après une étude effectuée par l'ambassade du Canada à San José, une demande importante (quelque 175 millions de dollars US par an) existe en ce qui concerne les produits de télécommunications, la plupart étant importés.

Le marché

L'Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), organisme d'État pour les télécommunications, est l'acheteur principal. Il prévoit, en 1993, passer des commandes d'une valeur de 75 millions de dollars US pour ce qui est de centraux, de matériel de transmission et de câbles. Entre 1993 et 1996, on s'attend à ce que les achats atteignent un total de 125 millions de dollars US.

L'ICE compte aussi étendre le réseau rural du pays. Cela comprendra l'installation de petits centraux de commutation automatique et de téléphones publics qui utilisent la radiotransmission ou des lignes téléphoniques.

Une station terrestre en construction, qui sera utilisée uniquement pour la radiotélégraphie, pourrait créer le besoin de nouveau matériel de terminaux, y compris des micro-ordinateurs, des télécopieurs et du matériel de téléconférence (émetteurs, récepteurs, antennes et systèmes à hyperfréquence portatifs).

En vertu de la loi, les ventes à l'ICE doivent être réalisées par l'intermédiaire d'agents représentant des fournisseurs étrangers. Au Costa Rica, la plupart des ventes découlent d'appels d'offres officiels effectués conformément à des procédures de soumission rigoureuses.

Dans le secteur privé, il existe une faible demande, surtout dans les centres urbains. Les produits recherchés sont des produits de télécommunication tels que les commutateurs privés, les postes de radio et les combinés utilisés surtout par les hôtels, les grandes entreprises, les banques et les ministères.

C'est le secteur privé qui s'occupe des appareils d'abonnés. Ce marché, à lui seul, représente des ventes annuelles allant de 6 à 12 millions de dollars.

Les particuliers sont un segment de marché séparé; la demande consiste surtout en appareils et, dans une cer-

taine mesure, en câbles et en fil.

Les facteurs de succès

Sur le marché des télécommunications au Costa Rica, les facteurs de succès les plus importants sont une présence constante (par l'intermédiaire d'un bon agent ou représentant), le contact personnel entre l'agent et les décideurs chargés de l'aspect technique, de l'établissement des politiques et des achats, à l'ICE. Il faut aussi disposer d'un bon conseiller juridique et du financement voulu.

Pour vendre à l'ICE, il faut accorder une attention particulière à la préparation des soumissions. La moindre erreur peut entraîner la disqualification d'un soumissionnaire.

Pour le secteur privé, l'agent ou le distributeur doit posséder les mêmes qualités que celles concernant les ventes à l'ICE. Une bonne réputation et un dynamisme sont aussi importants, de même qu'une grande capacité technique de ventes et de services d'entretien.

Pour se renseigner sur ce marché ou obtenir un exemplaire de l'étude, contacter M. Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8808. Ou communiquer directement avec le service commercial, ambassade du Canada, Apartado Postal 10303-1000, San José, Costa Rica. Télécopieur : (011-506) 23-23-95.

La télédétection en Australie

Les entreprises canadiennes qui mènent des activités dans le domaine de la télé-détection peuvent tirer parti de certaines possibilités en Australie, surtout au moyen d'entreprises conjointes et d'accords de coopération technique.

Ce sont les constatations qui figurent dans le rapport intitulé *A Brief Guide to the Remote Sensing Industry in Australia*, établi par le consulat du Canada à Melbourne.

Les possibilités comprennent divers

partenariats visant à aider l'Australie à développer une industrie de l'espace compétitive (les activités dans le domaine de la télédétection ne représentent que 5 à 20 %), à établir des activités de développement conjointes dans la fabrication du matériel aéroporté, à établir des installations de réception de données sur le terrain ainsi que des systèmes de traitement et d'analyse des images.

En Australie, le marché de la haute technologie, d'une valeur d'environ 14 milliards de dollars, dépend grandement des importations : pour chaque 100 \$ de produits exportés, le pays importe des produits de technologie de pointe d'une valeur de 900 \$.

Dans ce domaine, le Canada bénéficie d'un avantage parce que sa technologie et son savoir-faire ont une très bonne réputation. De plus, de nombreux Australiens préfèrent faire des affaires avec des Canadiens plutôt qu'avec d'autres partenaires extérieurs éventuels.

En Australie, le gros des données obtenues par télé-détection, d'une valeur d'environ 40 millions de dollars A, en 1990, est surtout utilisé par les organismes d'exploitation minière (50 %) et pour la surveillance des ressources naturelles et des activités de gestion dans les secteurs de la foresterie, des pêches et de l'agriculture (30 à 40 %).

Pour obtenir d'autres renseignements, ou un exemplaire de l'étude, communiquer avec le Consulat du Canada, One Collins Street, 6th Floor, Melbourne, Victoria 3000, Australie. Tél. : (011-61-3) 654-1433. Télécopieur : (011-61-3) 650-5939.

À Noter

Le personnel du bureau de l'ambassade du Canada au Cap a été muté à Pretoria : 5^e étage, Needbank Plaza, angle Church et Beatrix, Arcadia, Pretoria 0083, Afrique du Sud. Adresse postale : P.O. Box 26006, Arcadia, Pretoria 0007, South Africa. Tél. : (011-27-12) 324-3970. Télex : (code de destination 95) 3-22112 (322112 CANAD SA). Télécopieur : (011-27-12) 323-1564.

AU CALENDRIER

Montréal — 10 - 17 août — Huitième congrès de la réfrigération. "Nouveaux défis dans le domaine de la réfrigération" est le thème de la manifestation qui réunira les principaux intervenants du monde scientifique et industriel de la réfrigération et de la climatisation. Organisé pour la première fois au Canada, le congrès comportera aussi une foire commerciale où plus de 3 500 visiteurs et délégués découvriront les dernières tendances dans les domaines de la climatisation, de la technologie biomédicale, de la cryotechnique et de la conservation des aliments. Pour obtenir des renseignements, communiquer avec Steve Bittner, coordinateur, Comité d'organisation, tél. : (514) 773-1105, télécopieur : (514) 773-8461; ou avec P.R. Charette, P.R. Charette Inc., Exhibition Management, tél. : (514) 489-8671, télécopieur : (514) 487-3230.

Edmonton — 4 septembre — Faire des affaires avec le Japon. Ce symposium d'une journée fournira des conseils sur les éléments nécessaires pour percer sur le marché japonais ainsi que sur les obstacles, à la frontière et à l'intérieur, susceptibles d'empêcher la réussite d'une entreprise commerciale. L'influence de la culture japonaise sur les relations commerciales fera l'objet de discussions pendant l'une des quatre séances simultanées. Ce symposium est co-parrainé par la faculté de droit et le Centre for International Business Studies de l'Université de l'Alberta, par la Chambre de commerce d'Edmonton et la Canada/Japan Business Association à Edmonton. Pour s'inscrire (les frais d'inscription, y compris la TPS, sont de 100 \$), téléphoner au (403) 492-2235.

PUBLICATIONS

La publication *Government of Pakistan's Measures to Revive the Economy* (mesures prises par le gouvernement du Pakistan pour redresser l'économie) contient un bon aperçu d'une série de mesures de privatisation et de déréglementation prises par le gouvernement du Pakistan. Parmi les mesures, mentionnons les réformes entreprises dans le contrôle des devises, les mesures visant à encourager les investissements étrangers, les stimulants fiscaux et monétaires, les marchés financiers, et les réformes fiscales. Cette étude a été produite à l'intention du Haut-Commissariat du Canada à Islamabad. Pour en obtenir un exemplaire, communiquer avec Mme Deborah Kennedy, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), AECEC. Tél. : (613) 995-7689. Télécopieur : (613) 996-4309.

D'après *The Greek Fish Market* (le marché du poisson en Grèce), une étude de l'ambassade du Canada à Athènes, la Grèce est un marché attrayant à long terme, qui offre de bons débouchés aux exportateurs canadiens de poisson.

Dans l'étude publiée en 1989, les données sur le marché et la demande sont encore pertinentes et peuvent aider les fournisseurs canadiens de poisson à évaluer les possibilités d'exportation — en particulier pour le hareng fumé, la morue salée et non séchée, le maquereau, le requin, le merlu, l'aiglefin, les oeufs de morue, le thon en conserve et les produits de la pêche congelés et panés. En Grèce, le marché du poisson étant très concurrentiel, il faut être bien représenté sur place. Le pays possède aussi un système de distribution bien développé, des installations d'entreposage frigorifiées suffisantes et un réseau de transport qui permet une livraison rapide. La Grèce est mainte-

nant membre de la Communauté économique européenne. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le marché du poisson en Grèce ou des exemplaires de l'étude, joindre Mme Linda Brazeau, Direction de l'expansion du commerce en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-7544. Télécopieur : (613) 995-6319.

Deux études (elles datent de 1989 mais sont encore pertinentes), *The Greek Mining Sector* (le secteur de l'exploitation minière en Grèce) et *Greece: Defence Market Profile* (le profil du marché de la défense), peuvent aider les entreprises canadiennes qui offrent des produits et des services dans ces secteurs. La première est un aperçu de l'industrie de l'exploitation minière et, à l'instar de l'étude sur la défense, contient des listes de firmes, d'organismes et de personnes-ressources pour l'approvisionnement. L'étude sur la défense, très spécialisée, contient des sections sur les besoins futurs qui peuvent intéresser le Canada et sur les programmes de modernisation des Forces armées. Pour obtenir des exemplaires de ces études, joindre Mme Linda Brazeau (voir l'étude précédente).

Les sociétés canadiennes qui recherchent des clients, des fournisseurs ou des associés parmi les entreprises françaises exportatrices ou importatrices auront maintenant accès à *Telexport*, une banque de données gérée par la Chambre de commerce française à Montréal. Le répertoire contient quelque 45 000 entreprises françaises. Pour de plus amples renseignements, s'adresser à M. Vincent Ferbos, Chambre de commerce française, Montréal. Tél. : (514) 281-1246. Télécopieur : (514) 289-9594.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
C T A
AUG 28 1991

Vol.9 N°14

3 septembre 1991

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

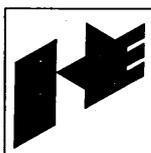
Octobre est le mois canadien du commerce extérieur

Le Mois canadien du commerce extérieur vise à souligner l'importance des échanges commerciaux pour le Canada et à rendre hommage à ceux et à celles qui en sont les artisans.

Cette année, M. Michael H. Wilson, ministre d'Industrie, Sciences et Technologie et ministre du Commerce extérieur, a officiellement choisi octobre comme Mois canadien du commerce extérieur (MCCE).

Le MCCE est l'occasion de célébrer les réalisations passées du Canada dans le monde du commerce extérieur et de se tourner vers les nouvelles possibilités et les succès que l'avenir nous réserve.

C'est un effort de coopération entre Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), d'autres ministères fédéraux et provinciaux, ainsi que de nombreux organismes et associations canadiens reliés au commerce. Il comporte une série d'activités et de manifestations réparties sur un mois — une liste de certaines de ces activités figurera dans le prochain numéro de *CanadExport* — qui soulignent les succès des entreprises canadiennes dans le domaine du commerce extérieur.



diennes dans le domaine du commerce extérieur.

Le Prix d'excellence à l'exportation

L'un des éléments principaux du MCCE est la remise du Prix d'excellence à l'exportation à un groupe choisi d'exportateurs canadiens.

Le Prix rend honneur aux entreprises canadiennes pour leur capacité d'exporter des produits et des services dans le monde entier. Le Ministre du Commerce extérieur soulignera leurs réalisations à l'occasion de la cérémonie de remise des prix, qui aura lieu le 7 octobre,

à Ottawa, dans le cadre de la 48^e réunion annuelle de l'Association des exportateurs canadiens.

En huit ans d'existence, le Prix a été convoité par plus de 1 400 entreprises; la prestigieuse récompense a déjà été attribuée à quelque 115 sociétés.

Dans le passé, la récompense a été attribuée à des sociétés représentant la plupart des secteurs de l'industrie canadienne, y compris les transports, les techniques de transformation, les services de consultation, l'électronique, l'agriculture, les produits pour aéronefs et les articles cadeaux. Ce prix reflète

(Voir page 5 : Carrefour 91.)

La parole aux exportateurs sur les obstacles au commerce trilatéral

On demande aux exportateurs, producteurs, et importateurs Canadiens de faire connaître par écrit quel type de biens et de services ils souhaitent voir assujettis à un accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Les gouvernements du Canada, des États-Unis et du Mexique ont convenu de s'efforcer d'éliminer les obstacles au commerce de tous les biens d'origine nord-américaine.

On s'attend à ce que certains obstacles soient éliminés dès l'entrée en vigueur de l'ALENA, tandis que d'autres le seront graduellement au cours des ans, comme ce fut le cas avec l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE).

Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, désire savoir dans quel secteur

il devrait s'efforcer d'éliminer rapidement les droits de douane entre le Canada et le Mexique. De plus, le gouvernement voudrait obtenir des recommandations sur l'élimination des obstacles non tarifaires imposés par le Mexique et les États-Unis sur le commerce des biens et des services; et il veut également savoir quels secteurs de l'économie canadienne ont peut-être besoin de temps pour s'adapter au libre-échange nord-américain.

Puisque les négociateurs des trois pays en sont à discuter des différentes options d'élimination progressive des

(Voir page 6 : Présentations.)

DANS CE NUMÉRO

- Foires commerciales 2, 5, 9, 10
- Débouchés commerciaux 3
- Contrats alloués par la CCC 4
- Europe 1992 : le droit des sociétés .. 8
- Études de marchés 11
- Au calendrier, Publications 12

Gros contrats aux États-Unis

Voir page 7

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Exposition sur la défense en Australie

Canberra — Les places diminuent rapidement, mais les entreprises canadiennes qui désirent participer au pavillon canadien à AIDEX'91 peuvent encore le faire.

AIDEX'91 (Australia's International Defence Equipment Exhibition) (exposition internationale du matériel de défense de l'Australie) se tiendra dans cette capitale du 26 au 28 novembre.

D'après l'immense succès connu par la manifestation inaugurale en 1989 (qui a attiré 214 exposants de douze pays), AIDEX'91 sera un lieu de rencontre de classe mondiale dans la région de l'Asie et du Pacifique pour ceux qui font des affaires dans les industries de la défense et de la haute technologie — en particulier, les entrepreneurs qui désirent satisfaire à des obligations de compensation ou établir des entreprises conjointes de coopération à l'échelle internationale.

Le fait de tenir AIDEX dans la capitale de l'Australie, Canberra — siège de l'administration centrale des ministères de la Défense, de l'Industrie et de la Technologie et du Commerce ainsi que de l'administration centrale de la politique et de l'approvisionnement des trois services de la défense — permet aux participants d'exposer leurs produits et leurs services aux dirigeants politiques et aux cadres supérieurs du gouvernement et des industries reliées à la défense.

Le personnel du Haut-Commissariat du Canada à Canberra espère que des participants canadiens à AIDEX s'intéresseront à certains projets australiens dans le domaine de la défense, et il organisera, au pavillon canadien, des rencontres entre des personnes-ressources du ministère de la Défense de l'Australie et des représentants d'en-

treprises canadiennes.

Communiquer avec M. Graham Lochhead, Counsellor (Commercial/Economic), Canadian High Commission, Canberra, Australia. Tél. : (011-61-62) 73-3844. Télécopieur : (011-61-62) 73-3285. Télex : (code de destination : 71) 62017 (DOMCAN AA62017).

Foire commerciale de poisson et de produits alimentaires au Portugal

Lisbonne — Les exportateurs de poisson et de produits alimentaires ont la possibilité de percer sur les marchés au Portugal en participant à Alimentaria'91 qui se tiendra dans cette ville du 13 au 17 novembre.

Alimentaria'91, qui dessert surtout les marchés portugais et espagnol, comporte des produits de la pêche (crustacés, poissons, fruits de mer préparés), des baies, des composantes de repas, du sirop d'érable et des denrées alimentaires spéciales.

La participation du Canada est organisée par Interexpo Canada Inc. en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ainsi qu'avec le service commercial de l'ambassade du Canada à Lisbonne (Portugal).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur Alimentaria'91, s'adresser à M. Louis D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Westmount (Québec). Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

Salon de l'alimentation en Italie

Milan — L'un des plus grands salons au monde (nombre moyen d'exposants : 2 500) se tiendra dans cette ville italienne du 25 au 29 octobre 1991.

SIPRAL'91, qui aura lieu pour la 21^e année, comporte une gamme complète de produits alimentaires, y compris des aliments frais, conservés, congelés et surgelés.

A SIPRAL'91, le pavillon canadien est organisé par Interexpo Canada Inc. en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ainsi qu'avec le consulat général du Canada à Milan.

Pour tout renseignement, communiquer avec M. Louis D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Westmount (Québec). Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamorsé

Rédacteurs : Louis Kovacs et Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 66 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

TÉL. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

ISSN 0823-3330

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

D'autres foires
pages 9 et 10

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

ARGENTINE — Une entreprise commerciale bien établie désire importer des dispositifs de sécurité pour enfants et des disquettes d'ordinateur (toutes les dimensions). Communiquer avec Mme Maria Iglesias, Trans Ocean Trade, 67, prom. Major Wm. Sharpe, Brampton (Ont.) L6X 3T7. Tél. : (416) 455-3769. Télécopieur : (416) 455-3278.

BULGARIE — Une entreprise ayant de bons contacts dans le secteur des soins de santé dans ce pays désire devenir la représentante locale de firmes canadiennes dans le secteur des produits médicaux et pharmaceutiques. Communiquer avec Dimitar Minkoff, Managing Director, Medidental Ltd., 1, Georgi Sofiisky Str., Sofia 1431, Bulgaria. Tél. : 011-35-9-2-54-27-30. Télécopieur : 011-35-9-2-52-15-06.

CUBA — Le ministère de la Métallurgie à Cuba désire acheter du matériel usagé (presses, fours de calcination, broyeurs) pour la production de briques alumineuses et en magnésium réfractaires. Les sociétés capables de fournir ce matériel peuvent s'adresser à A.L. Romaguera, service commercial, ambassade du Canada, La Havane, Cuba. Téléx : (code de destination : 28) 51-1586 (CANCU). Télécopieur : (011-53-7) 22-70-44.

ÉTATS-UNIS — Un appel d'offres (IFB EDD-1006) a été lancé par la Unemployment Insurance Commission pour l'achat, l'installation, la livraison et l'entretien (pendant cinq ans) d'un système de traitement des demandes de règlement, qui comprend un lecteur optique, un microfilm, un système de saisie de données et un ordinateur central IBM. Pour s'inscrire, communiquer avec Tom Burton, Department of General Services, EDP Acquisition Unit, 1823 "14th" Street, Sacramento,

California 95814. Tél. : (916) 323-7503.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise qui fournit du matériel neuf et utilisé destiné à l'industrie de mise en bouteilles et d'emballage (machines qui couvrent la gamme de produits allant des solides et des poudres aux liquides non gazeux ou gazéifiés) désire offrir ses services à des entreprises canadiennes spécialisées dans les mêmes produits. Communiquer avec K. Sharpe, ABUK Advanced Bottling UK, Unit 2, Misson Mill, Misson, Doncaster, DN10 6PD. Tél. : 0302 719536. Télécopieur : 0302 710243.

HONG KONG — Un importateur d'une vaste gamme de produits désire importer du Canada les produits alimentaires suivants : de la fécule de pommes de terre, de blé et de maïs (10 sur 20 pi envoi FCL par mois); de la margarine à gâteaux (point de fusion : 40-42 degrés C); des raisins secs sultanas en cartons de 15 kg (2-3 envois FCL par mois); du savon Lux (20 envois FCL par mois); du saindoux végétal en conserves de 17-18 kg (5 envois FCL par mois); et des ailes et cuisses de poulet ainsi que des poulets entiers (boîtes de poulets congelés en vrac, 1-2 envois FCL par mois). Communiquer avec Jason Whittle, Assistant Manager, J.P. Inglis & Sons Ltd., Yam Tze Commercial Building, 11/F, 17-23 Thomson Road, Wanchai, Hong Kong. Téléx : 71774 INSUN HX. Télécopieur : (852) 865-6275.

HONGRIE — L'organisme tiers et indépendant d'entretien le plus grand au Canada, qui remet à neuf et revend les ordinateurs Hewlett-Packard, a ouvert des bureaux en Hongrie et en Tchécoslovaquie où, dans le cadre du programme Renaissance Europe de l'Est du gouvernement canadien, il établit des entreprises conjointes avec des entreprises dans ces pays. La société

désire représenter et offrir un soutien entier en matière de produits aux entreprises de matériel informatique et de logiciels qui s'intéressent à ces marchés. Communiquer avec M. Leslie Klein, président, Eurodata Inc., 2574, rue Sheffield, Ottawa (Ont.) K1B 3V7. Tél. : (613) 745-0921. Télécopieur : (613) 745-1172.

SRILANKA — Une entreprise dans ce pays désire représenter des fabricants et des exportateurs canadiens d'une vaste gamme de produits. Ces derniers comprennent des produits chimiques, des matières premières industrielles, de l'acier et du métal, du papier et du

papier journal, des composantes électriques, de petites machines, de la quincaillerie et des

outils ainsi que des vêtements. Communiquer avec H.M.M. Mahinda, Griffon Overseas, 19, Circular Road, Mount Lavinia, Sri Lanka. Tél. : 722059. Télécopieur : 94-1-624000. Attention : GRIFFON. Téléx : 22947 CROWN CE. Attention : GRIFFON.

SUISSE — Des fournisseurs canadiens de bois de construction (cargaisons régulières de 100 tonnes) pour traverses de chemin de fer sont recherchés par M. Bircher, Edcon AG, Import/Export, Allmendstr 4, CH-6362 Stansstad. Tél. : (41-41) 61 50 72. Télécopieur : (41-41) 61 67 12.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une firme qui fabrique du petit matériel électronique en série pour les technologies vidéo et numériques recherche des partenaires étrangers qui désirent établir des entreprises conjointes. L'entreprise fabrique aussi du matériel mobile de retransmission, de mesure et de contrôle pour les studios de radio et de télévision. Communiquer avec Ing. Karel Vambora, directeur, Tesla Radiospoj s.p., Papirenska 17, 16624 Prague 6, Tchécoslovaquie. Tél. : (011-42-2) 311 9800. Télécopieur : (011-42-2) 311 9847.

Débouchés commerciaux

Ventes facilitées par la CCC

La Corporation commerciale canadienne, la société d'État qui transige avec des gouvernements étrangers et des organismes internationaux au nom de fournisseurs canadiens, a conclu un volume d'affaires totalisant 595 millions de dollars au cours de l'exercice financier 1990-1991. La Corporation, qui vient de publier son rapport annuel pour 1990-1991, offre les exemples suivants de ventes qu'elle a rendu possibles au cours de l'exercice (m = million) :

Fournisseur	Produit ou service	Pays	Acheteur	Valeur
Unisys Canada Inc.	Système intégré d'information hydrographique	Singapour	Autorité du Port de Singapour	1,2 m de \$ (Can)
Hennes Electronics Ltd.	Bouées sonores	États-Unis	Ministère américain de la défense	21,3 m de \$ (Can)
Ballard Battery Systems Corporation	Piles au lithium-dioxyde de soufre	États-Unis	Ministère américain de la défense	25,3 m de \$ (US)
Société IST Inc.	Logiciels et formation connexe	Zaïre	La Générale des Carrières et des Mines	2,2 m de \$ (Can)
Walbar Canada Inc.	Segments de tuyères pour moteurs à réaction	États-Unis	Marine américaine	2,3 m de \$ (US)
Petro Canada Products Inc. et Produits Shell Canada Ltée	Carburant pour aviation	États-Unis	Dépôt de carburant de la défense américaine	6,8 m de \$ (Can)
Bristol Aerospace Ltd.	Systèmes de propulsion "Black Brant"	États-Unis	NASA	9,1 m de \$ (US)
Hawker Siddeley Canada Inc., Division Orenda	Pièces de moteurs à propulsion	États-Unis	Forces aériennes des États-Unis	3,2 m de \$ (US)
Sparton of Canada Ltd.	Bathythermographes émetteurs et lanceurs	États-Unis	Marine américaine	1,9 m de \$ (US)
Spectrocan Engineering Inc.	Système informatisé de gestion des fréquences	Malaisie	Ministère de l'Énergie, des Télécommunications et des Postes	13 m de \$ (Can)
Conair Aviation Ltd.	Trousses de pièces de rechange	États-Unis	Armée de l'air américaine	1 m de \$ (US)
Indal Technologies Inc.	Fourniture, installation et appui de systèmes d'aide à l'appontage, d'amarrage et de manutention pour hélicoptères	États-Unis	Marine américaine (pour une vente de matériel militaire à l'Espagne)	6,7 m de \$ (Can)
Lockheed Canada Inc.	Pièces de rechange pour système de défense aérienne Vulcan amélioré	États-Unis	Armée américaine	4,2 m de \$ (US)
Compagnie Canadian Marconi	Convertisseurs de données	États-Unis	Commandement des systèmes d'aviation de l'armée américaine	2 m de \$ (US)
Canterra Engineering Ltd.	Matériel de forage	Madagascar	Département de la coopération technique pour le développement des Nations Unies	172 000 \$ (Can)
Fabrene Inc.	Sacs de sable	États-Unis	Centre d'approvisionnement général de la Défense américaine	7 m de \$ (US)
Produits de défense SNC Ltée	Vestes pare-éclats	États-Unis	Centre d'appui du personnel de la Défense américaine	4,4 m de \$ (US)
Standard Aero Ltd.	Réparation et remise en état de moteurs d'aviation	États-Unis	Commandement des systèmes d'avionique du Département de l'armée des États-Unis	1,9 m de \$ (US)
Anachemia Canada Inc.	Papier de détection des agents chimiques	États-Unis	Armée des États-Unis	1,7 m de \$ (US)

Pour obtenir le rapport annuel de la CCC pour 1990-1991, ou toute autre information sur la Corporation, communiquer avec Mme Vivian Asfar au (613) 996-0034.

Carrefour 91 : un élément clé

(Suite de la première page.)

en outre la diversité géographique du Canada puisqu'il a été décerné à des exportateurs de la plupart des provinces.

Carrefour 91

Une autre composante importante du MCCE, c'est Carrefour 91, un programme unique qui offre à des milliers d'entreprises exportatrices ou désireuses d'exporter la possibilité de rencontrer des délégués commerciaux canadiens expérimentés et d'obtenir des renseignements précis sur des débouchés à l'étranger.

Cette année, durant tout le mois d'octobre, quatre équipes de spécialistes du commerce d'un secteur donné auront des entretiens privés avec des représentants de sociétés canadiennes. Les entreprises qui font déjà de l'exportation, et celles qui envisagent d'en faire, auront l'occasion d'analyser les possibilités qui s'offrent à elles, en compagnie de personnes bien placées pour leur donner des conseils judicieux sur la vente de leurs produits et leurs services chez nos « voisins » américains, en Europe de l'Ouest, ou sur les façons de percer sur les marchés de la région de l'Asie et du Pacifique, de l'Europe de l'Est, de l'Amérique latine et des Antilles, pour n'en nommer que quelques-uns.

Voici les secteurs du marché sur lesquels le programme Carrefour se concentrera en octobre : matériel et services liés à l'environnement; produits du bois et matériaux de construction à valeur ajoutée; génie-conseil; et produits de consommation (par ex. articles de sport et vêtements).

Des secteurs géographiques très divers du marché seront également représentés cette année; ainsi, des délégués commerciaux du Mexique, du Japon, de Taïwan, de Hong Kong, des États-Unis, de l'Angleterre, de l'Allemagne, de la Suède, de la Suisse, des Philippines et de bien d'autres pays seront sur place pour rencontrer des représentants de sociétés canadiennes.

Carrefour, c'est aussi une série de

colloques d'introduction à l'exportation organisés par les Centres du commerce international d'AECEC à l'intention des néophytes et des exportateurs éventuels. Ces colloques visent à encourager les sociétés à viser plus loin que les marchés intérieurs et de leur faire prendre conscience des avantages de l'exportation.

Visites personnelles, colloques, séances d'information, ateliers et quantité d'autres activités spéciales font du programme Carrefour 91 un événement intéressant pour les entreprises canadiennes qui envisagent d'augmenter le nombre de leurs clients à l'étranger ou de percer sur les marchés mondiaux.

Sources de renseignements

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les activités et les manifestations du Mois du commerce extérieur, s'adresser à la Direction des opérations d'expansion du commerce d'AECEC. Tél. : (613) 996-8708. Télécopieur : (613) 996-8688.

Pour renseignements sur Carrefour et les activités d'introduction à l'exportation, communiquer avec le Centre du commerce international de votre région.

Centres du commerce international

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, ainsi qu'Industrie, Sciences et Technologie Canada ont mis sur pied des Centres du commerce international qui offrent une vaste gamme de services aux exportateurs canadiens.

Terre-Neuve

Tél. : (709) 772-5511
Tcop. : (709) 772-2373

Île-du-Prince-Édouard

Tél. : (902) 566-7400
Tcop. : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Tél. : (902) 426-7540
Tcop. : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Tél. : (506) 851-6452
Tcop. : (506) 851-6429

Québec

Tél. : (514) 283-8185
Tcop. : (514) 283-8794

Ontario

Tél. : (416) 973-5053
Tcop. : (416) 973-8161

Manitoba

Tél. : (204) 983-8036
Tcop. : (204) 983-2187

Saskatchewan

(Saskatoon)
Tél. : (306) 975-5315
Tcop. : (306) 975-5334

(Regina)

Tél. : (306) 780-5020
Tcop. : (306) 780-6679

Alberta

(Edmonton)
Tél. : (403) 495-2944
Tcop. : (403) 495-4507

(Calgary)

Tél. : (403) 292-6660
Tcop. : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Tél. : (604) 666-0434
Tcop. : (604) 666-8330

Foire commerciale d'information à Toronto

Toronto — Cette ville accueillera en même temps une foire commerciale d'information et des colloques éducatifs. Cette foire servira de tremplin pour élaborer des initiatives commerciales.

Global Connections '91, qui se tiendra à l'hôtel Regal Constellation le 10 octobre — au milieu du Mois canadien du commerce extérieur — a pour objet de favoriser la notion de commerce mondial en ce qui concerne tous les genres d'industries au Canada.

Cette foire fournira des renseignements pratiques aux petites et aux moyennes entreprises canadiennes désirant exporter; elle permettra aussi aux entreprises d'échanger des renseignements et d'établir des réseaux.

Les participants pourront tirer parti d'un forum pratique sur « la manière de s'y prendre », au cours duquel on expliquera :

- comment déterminer si une entreprise est prête à exporter;
- comment analyser le marché extérieur et la concurrence;
- comment négocier;
- quelles étapes sont nécessaires pour entamer le processus; et
- quel soutien gouvernemental est disponible.

Pour de plus amples renseignements sur la foire commerciale — celle-ci a obtenu l'appui du Centre du commerce international de Toronto — communiquer avec Mme Regina Pearce, Show Manager, Global Connections '91, 940 Lansdowne Ave, Toronto M6H 4G9. Tél. : (416) 534-9933. Télécopieur : (416) 534-2739.

Présentations à soumettre sur l'ALENA

(Suite de la première page.)

droits de douane, les avis doivent parvenir à Ottawa au plus tard le 15 septembre.

M. Wilson a déclaré que le gouvernement voulait disposer de tous les renseignements lui permettant de se faire une idée aussi claire que possible des intérêts commerciaux qu'il faudra défendre dans les négociations en cours.

Détails sur les présentations

Les présentations devraient être aussi précis que possible en ce qui concerne les produits d'exportation aux États-Unis et au Mexique (en donnant si possible le numéro de classification du Système harmonisé).

Elles devraient aussi identifier, le cas échéant, les obstacles (droits de douane, barrières non tarifaires) qui entravent actuellement les exportations canadiennes d'articles manufacturés, de produits provenant de ressources naturelles, ainsi que de produits agricoles et alimentaires. Comme exemples d'obstacles non tarifaires, mentionnons les limites quantitatives, les contingents à l'importation, les arrangements de licences d'importation, les pratiques discriminatoires de passation des marchés publics et les autres mesures gouvernementales qui restreignent ou empêchent le commerce.

Il faut noter que l'Accord de libre-échange avec les États-Unis a grandement amélioré notre accès au marché de ce pays. Mais comme certaines mesures non tarifaires, telles les pratiques de passation des marchés publics, sont également visées par la négociation d'un ALENA, on recevra volontiers toute présentation sur ces mesures ou sur toute autre mesure.

On aimerait aussi recevoir des recommandations sur le calendrier à prévoir pour l'élimination graduelle des divers droits de douane : des périodes plus longues pour les articles dits sensibles (par exemple dix ans); et plus courtes (par exemple de cinq ans) ou l'élimination immédiate pour les articles à fort potentiel d'exportation.

Enfin, les exportateurs pourraient aussi commenter l'élimination de certains taux de droits que le Canada applique en vertu de son Tarif des douanes, ou d'autres mesures qui servent à protéger la production canadienne de marchandises. Ces observations devraient esquisser aussi précisément que possible l'effet probable de telles réductions.

Des informations complémentaires sur les intérêts des exportateurs canadiens de services, surtout dans les domaines des services aux entreprises, des services professionnels, des services de transport et des télécommunications, pourraient grandement faciliter le travail des négociateurs canadiens pour les questions touchant les services.

Les présentations devraient aussi relever les difficultés particulières rencontrées dans l'exportation de ces services (par exemple, des exigences de licences et des prescriptions sur la résidence).

Lorsqu'ils préparent leurs présentations, les exportateurs de services ou de marchandises pourraient préciser leurs besoins en ce qui touche l'autorisation de séjour temporaire pour leur personnel. Les dispositions du chapitre 15 de l'ALE sur l'autorisation de séjour temporaire pour gens d'affaires pourraient servir utilement de point de départ.

Toute information supplémentaire serait aussi très utile, y compris les données sur les activités actuelles de production et d'exportation pour les produits visés, le nombre de personnes employées par l'entreprise, et toute autre information pertinente (préciser si l'information est confidentielle).

Autres consultations

Parallèlement à cette vaste consultation, le gouvernement travaille en étroite collaboration avec les provinces et les territoires, et consulte le secteur privé par le biais du Comité consultatif sur le commerce extérieur (CCCE) et des groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCE).

M. Wilson a déclaré que la réduction

des barrières au commerce par la négociation d'un accord de libre-échange nord-américain s'inscrit dans le vaste programme adopté par le gouvernement pour accroître la compétitivité du Canada dans le domaine commercial.

L'accès garanti à des marchés plus grands et l'élimination des barrières commerciales rendent le Canada plus concurrentiel. D'ajouter le Ministre : « Nous avons atteint nos objectifs avec l'ALE et nous poursuivons les mêmes objectifs dans les Négociations commerciales multilatérales ainsi que dans la négociation d'un accord de libre-échange nord-américain. »

Renseignements

Faire parvenir les présentations sur la réduction des barrières commerciales au : Bureau des négociations commerciales trilatérales, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), C-3, éd. Lester B. Pearson, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2. Télécopieur: (613) 992-4695.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Kevin Gore, Accès aux marchés, Bureau des négociations commerciales trilatérales, AECEC. Tél. : (613) 992-7259. Télécopieur: (613) 992-4695.

Débouchés américains pour machines agricoles

Le rapport *Farm Machinery and Equipment Market* (marché des machines et du matériel agricoles), qui porte sur les États du centre du littoral de l'Atlantique et qui a été établi sur la demande de l'ambassade du Canada à Washington, est maintenant prêt à être distribué gratuitement. Pour recevoir par la poste un exemplaire de cette étude de marché, communiquer avec l'ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue, N.W., Washington, DC 20001, USA. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7619.

Gros contrats fédéraux aux États-Unis

Les entreprises canadiennes prêtes à agir maintenant ont la possibilité de soumissionner des contrats relatifs à des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnement et Services Canada). Les appels d'offres seront disponibles tel qu'indiqué ci-dessous; la période de soumission se termine d'ordinaire trente jours après la date de l'appel d'offres.

Produit : Entretien de routes — matériel de défrichage et de nettoyage, accessoires, balayeuses, laveurs à brosses, matériel de transplantation d'arbres, palans, grues, monte-charge; accessoires divers montés sur véhicules — rétroviseurs latéraux, trousse de conversion de décharge, dispositif de revêtement routier, boîtes, toitures et carrosserie de caravanes, protecteurs de carrosserie et treuils.

Valeur prévue du contrat : 150-200 millions de dollars sur 5 ans.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 5 pour le nettoyage de rues; 6 pour le matériel lourd.

Date de l'appel d'offres prochain/début des prochaines périodes de soumission : septembre 1991; février 1993.

Période du contrat : 1^{er} octobre 1990-30 septembre 1995.

N° d'identification du projet : 38 I A.
Renseignements : GSA Automotive Products Commodity Center, tél. : (703) 603-1225.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — analyseurs, compteurs, appareils de mesure, imprimantes, compteurs numériques multiples.

Valeur prévue du contrat : 600 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 80.

Date de l'appel d'offres prochain/début de la prochaine période de soumission : octobre 1991.

Période du contrat : 1^{er} juin 1990-31 mai 1993.

N° d'identification du projet : 66 II J.
Renseignements : GSA Office and

Scientific Equipment Commodity Center, Ms. Delores Malloy, tél. : (703) 557-8626.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — spectrophotomètre, spectromètres, densitomètres, systèmes de scintillation liquide, analyseurs d'amplitudes à plusieurs canaux, photomètres et matériel d'analyse polarographique, divers accessoires et options, service d'entretien et de réparation.

Valeur prévue du contrat : 100 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 56.

Date de l'appel d'offres prochain/début de la prochaine période de soumission : octobre 1991.

Période du contrat : 1^{er} mai 1990-30 avril 1994.

N° d'identification du projet : 66 II M.
Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Andrea Davis, tél. : (703) 557-5314.

Produit : Armoires de sécurité biologiques — armoires verticales à circulation laminaire.

Valeur prévue du contrat : 3 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 3.

Date de l'appel d'offres prochain/début de la prochaine période de soumission : novembre 1991.

Période du contrat : 1^{er} juillet 1992-30 juin 1993.

N° d'identification du projet : 66 II T.
Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Dorothy Bawden, tél. : (703) 557-9418.

Produit : Fournitures photographiques — Combiné avec 67 III B

Produits chimiques pour film, papier et diverses fournitures de photographie.

Valeur prévue du contrat : 432,4 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 104.

Date de l'appel d'offres prochain/début de la prochaine période de soumission : novembre 1991.

Période du contrat : 1^{er} février 1991-31 janvier 1995.

N° d'identification du projet : 67 II B.
Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Laura Sellers, tél. : (703) 557-8626.

Produit : Machines de bureau — additionneuses, calculatrices, caisses enregistreuses, instruments de mesure du temps et diverses machines de bureau.

Valeur prévue du contrat : 52 728 000 \$.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 39.

Date de l'appel d'offres prochain/début de la prochaine période de soumission : novembre 1991.

Période du contrat : 1^{er} juillet 1989-30 juin 1992.

N° d'identification du projet : 74 II et III.

Renseignements : GSA Office and Scientific Commodity Center, Dennis Jones, tél. : (703) 557-9269.

Produit : Machines de bureau — fichiers à classement visible.

Valeur prévue du contrat : 38,1 millions de dollars.

Nombre de vendeur pour le projet actuel : 20.

Date de l'appel d'offres prochain/début de la prochaine période de soumission : novembre 1991.

Période du contrat : 1^{er} avril 1991-31 mars 1994.

N° d'identification du projet : 74 IV.
Renseignements : GSA Office and Scientific Commodity Center, Joanne Breagle, tél. : (703) 557-9278.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis en ce qui a trait aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour obtenir des informations plus générales sur ce procédé d'approvisionnement, communiquer avec l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

— Un programme de la CE de 1992 — — modifie le droit des sociétés —

par Andrew Griffin

Un nouveau rapport, *Incidences du marché unique européen de 1992 : droit des sociétés*, établi par Fred Blaser d'Ernst & Young, à l'intention d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), examine les faits nouveaux dans le programme de la Communauté européenne (CE) de 1992 relatif au droit des sociétés, à la fiscalité et aux relations entre la direction et les employés.

Le rapport donne un aperçu des principaux facteurs administratifs et fiscaux qu'un investisseur canadien devrait analyser avant de s'implanter dans la Communauté économique européenne.

Le rapport mentionne les avantages généraux de l'initiative du marché unique de la CE, de l'harmonisation des règles régissant l'exploitation d'une entreprise dans la CE et de l'accroissement des liens de la CE avec l'Association européenne de libre-échange (AELE) et l'Europe centrale et de l'Est.

Ce sont des facteurs dont les sociétés canadiennes devraient tenir compte lorsqu'elles décident d'investir ou non directement dans le CE. Dans certains cas, les entreprises canadiennes pourraient décider de continuer seulement à exporter vers le grand marché européen.

Lois relatives aux sociétés

Il existe de nombreuses similitudes entre les lois relatives aux sociétés au Canada et dans la CE; toutefois, les Européens ont tendance à réglementer davantage le commerce que les Canadiens.

Actuellement, le droit des sociétés varie davantage d'un État membre à l'autre que d'une province à l'autre, au Canada. L'harmonisation des règles régissant l'exploitation d'une entreprise se déroule à deux niveaux: l'État membre et la Communauté. En raison de

l'existence simultanée de lois nationales et de la CE ainsi que d'une série de règles de la CE qui permettent un degré de modification nationale, il faut que les investisseurs canadiens soient au courant des différences régionales persistantes.

La structure de la Société commerciale européenne proposée permettrait de constituer une société à l'échelle de la CE, de la manière dont les investisseurs peuvent choisir de constituer une société à l'échelle fédérale, au Canada; toutefois, bon nombre de petites entreprises peuvent

estimer qu'il est à leur avantage de se constituer en sociétés au niveau national même après l'approbation de la structure de la Société européenne.

Choix de l'emplacement et du type d'organisation de l'entreprise

Une fois la décision d'investir plutôt que d'exporter prise, l'étape suivante est de choisir l'endroit au sein de la CE.

(Voir page 9: Le droit.)

Dix points à examiner avant d'investir dans la CE

- Comment le mieux protéger la propriété intellectuelle.
- Quelle est l'organisation de l'entreprise la plus indiquée, c.-à-d. une filiale, une succursale ou une entreprise conjointe.
- Comment tirer parti des nouveaux concepts, tels que le Groupement européen d'intérêt économique ou la Société européenne.
- Se préparer à des règles de divulgation plus contraignantes.
- Se préparer à des règles plus strictes en ce qui concerne l'émission et le rachat des actions.
- Se préparer à de nouvelles formalités pour la fusion de sociétés anonymes.
- Se rendre compte des différences considérables entre les règles fiscales internes.
- Examiner les règles en vigueur dans les divers pays relativement aux relations de travail.
- Se tenir au courant des nouvelles propositions de la CE portant sur le droit des sociétés et les lois connexes.
- S'adresser à des professionnels compétents sur place.

Par exemple, les entreprises qui veulent fusionner doivent prendre les dispositions nécessaires pour la vérification indépendante de leurs biens respectifs. De plus, les règles régissant la divulgation ont tendance à être plus strictes pour les petites entreprises et, selon l'État membre dans lequel on s'établit, les employés peuvent participer davantage à la gestion de l'entreprise qu'au Canada.

On recherche des participants pour une foire internationale à Cuba

La Havane — Le service commercial de l'ambassade du Canada à Cuba invite les entreprises canadiennes à participer à la foire internationale de La Havane, qui se tiendra du 4 au 10 novembre 1991.

Cette manifestation, qui est la foire la plus prestigieuse à Cuba, a lieu chaque année; l'année dernière, 29 pays et environ 250 entreprises y ont participé. Cette année, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) y participera avec un kiosque d'informations où seront présents des membres de l'ambassade du Canada à La Havane.

La participation à la foire constitue une excellente possibilité d'établir une relation commerciale directe avec des acheteurs cubains qui d'ordinaire tirent parti de la participation de nombreux fournisseurs étrangers pour négocier les programmes d'achat de Cuba planifiés pour les quelques premiers mois de l'année suivante.

Ces programmes d'importation ont été révisés en fonction des difficultés économiques et financières locales ac-

tuelles; ils visent surtout les importations de matériel prioritaire, de matières premières et de produits finis pour lesquels le gouvernement cubain est disposé à payer avec une lettre de crédit confirmée et irrévocable.

En dépit de ces détails, l'importance du programme d'importation de Cuba devrait tout de même être attrayant pour les exportateurs canadiens qui sont considérés par les acheteurs locaux comme des sources préférées d'approvisionnement — en raison de la bonne qualité des produits canadiens et de la proximité géographique des deux pays.

La foire peut aussi être un moyen utile et peu coûteux d'introduire les produits d'exportateurs canadiens qui ne possèdent pas d'expérience antérieure sur ce marché. En outre, elle permet aux exportateurs établis de renouveler les contacts et de prouver qu'ils s'intéressent encore à ce marché.

L'expérience démontre que ces efforts sont susceptibles d'être payants à court terme.

Les exportateurs canadiens peuvent participer en ayant leur propre pavillon

d'exposition et leur propre personnel (dimension minimum de 9 mètres carrés au coût de 130 \$ U.S. le mètre carré) ou en envoyant de 40 à 50 exemplaires de catalogues de produits qui seront exposés à des fins de distribution au kiosque d'information du Canada. En raison des dimensions limitées du pavillon canadien, celui-ci ne sera doté qu'en personnel de l'ambassade et ne distribuera que des brochures.

Quelle que soit la décision, les exportateurs canadiens qui désirent obtenir des informations supplémentaires peuvent communiquer avec le service commercial, ambassade du Canada, C.P. 500 (Havan), Ottawa (Ontario) K1N 8T7. Téléx: 51-1586. Indicatif: Canada Cu.

On a témoigné beaucoup d'intérêt à la foire de l'année courante; les entreprises qui envisagent d'y participer devraient donc réserver un espace dans de brefs délais. Les sociétés qui ne sont pas capables de participer avec un pavillon devraient envoyer la documentation relative à leurs produits immédiatement à l'adresse indiquée ci-dessus.

Le droit des sociétés dans l'Europe de 1992

(Suite de la page 8.)

Il faut étudier les différences nationales concernant les questions commerciales, les questions de réglementation et le droit d'établissement.

De même, les différences entre les règles régissant la divulgation, le financement des entreprises, les exigences relatives aux administrateurs et aux dirigeants, la tenue des registres, la réorganisation des sociétés, la législation sur la concurrence, les droits des actionnaires et la liquidation peuvent s'avérer décisives selon le type d'entreprise.

Après avoir choisi un emplacement, l'investisseur canadien doit choisir le type d'organisation de l'entreprise, c.-

à-d. une succursale, une filiale ou une entreprise conjointe.

Le rapport traite des nouvelles règles fiscales de la CE qui rendent l'établissement d'une filiale plus attrayant que l'établissement d'une succursale.

En outre, une nouvelle solution de rechange aux entreprises conjointes traditionnelles, c'est le Groupement européen d'intérêt économique. Celui-ci offre aux investisseurs l'avantage d'une raison sociale propre, des règles de formation simples et une structure uniforme partout dans la Communauté.

A titre de conclusion, le rapport met en évidence 10 points principaux que devrait examiner tout investisseur

éventuel (voir l'encadré page 8).

Sources de renseignements

Pour obtenir un exemplaire d'Incidents du marché unique européen de 1992 : droit des sociétés, communiquer avec Info Export au 1-800-267-8376.

Pour de plus amples renseignements sur l'Europe de 1992, s'adresser à la Direction de la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-2727.

M. Andrew Griffin est un expert-conseil en communications qui travaillait auprès de la Direction de la Communauté européenne d'AECEC.

Possibilités dans l'industrie de l'environnement aux Pays-Bas

Selon un récent rapport d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), les Pays-Bas offrent aux entreprises canadiennes de bonnes possibilités de vente dans le secteur de la technologie et du matériel de l'environnement.

Le rapport, intitulé *The Netherlands Market for Environmental Technologies, Products and Services: A Brief Introduction*, énumère les domaines suivants d'intérêt : excès de fumure organique, gestion des déchets, pollution atmosphérique, gaz d'échappement de voitures et pollution de l'eau. Il indique que la valeur annuelle totale du marché se situe entre 3,5 et 5 milliards de dollars U.S., au moins 25 % du matériel étant importé.

Et, étant donné que l'élaboration de technologies et de méthodes nécessaires pour augmenter le pourcentage des divers déchets recyclés ou réutilisés demeure un objectif clé de la politique en matière d'environnement aux Pays-Bas, il pourrait y avoir de bonnes possibilités pour les fournisseurs canadiens de technologies ou de matériel qui désirent établir des partenariats avec des entreprises hollandaises.

AECEC organisera, avec Industrie, Sciences et Technologie Canada et Investissement Canada, une mission

environnementale aux Pays-Bas et en Autriche, du 4 au 8 novembre.

La mission comprendra une visite à la foire commerciale ECOTECH '91 à Utrecht (Pays-Bas) (on estime que c'est la foire commerciale internationale la plus spécialisée au monde pour la transformation des déchets, le recyclage et la technologie de l'environnement).

La foire offre une excellente possibilité de présenter du matériel de contrôle de la pollution, des systèmes, des services d'experts-conseils et d'autres services au marché européen.

En plus de visiter des entreprises et des instituts hollandais et autrichiens, les membres de la mission auront la possibilité de commercialiser leurs produits et leurs services environnementaux sur le marché imminent de l'Europe de 1992, et d'évaluer les possibilités commerciales en Autriche et, dans le cadre de partenariat avec des entreprises autrichiennes, en Europe centrale et de l'Est.

Pour obtenir plus de renseignements sur la mission ou un exemplaire du rapport, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), AECEC. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

Possibilités d'investissement en Hongrie

Montréal, Toronto, Vancouver — Octobre (première moitié) — Possibilités d'investissements en Hongrie. Des cadres supérieurs du gouvernement hongrois et des experts commerciaux feront une tournée au Canada pour discuter de ce qui a fait de la Hongrie l'un des trois pays du monde les plus attrayants sur le plan des investissements commerciaux. Apprenez comment les entreprises canadiennes peuvent tirer parti de cette possibilité au cours d'une série de colloques d'un jour axés sur les secteurs suivants : les télécommunications, la technologie de pointe, l'agriculture, la technologie environnementale, les dispositifs médicaux, l'énergie et les ressources. Ces colloques sont organisés par la Chambre de commerce Hongrie-Canada, avec le soutien de la Direction de l'expansion du commerce en URSS et en Europe de l'Est (RBT) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Marvin Bedward, National Coordination Centre, Ottawa. Tél. : (613) 236-8504. Télécopieur : (613) 237-7666.

Salon international de la restauration en Suisse

Bâle — Les entreprises canadiennes de transformation d'aliments qui désirent exporter ou recherchent des distributeurs en Suisse ont la possibilité de faire la promotion de leurs produits et de leurs services sur ce marché, du 21 au 27 novembre 1991.

C'est alors qu'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) aura un kiosque d'information au 14th International Exhibition for Industrial and Institutional Catering, Hotels, Restaurants Fair (quatorzième foire internationale de la restauration industrielle et institutionnelle, des hôtels et des restaurants).

A la foire commerciale de 1989, 757 exposants de 9 pays européens, qui représentaient 1 200 fournisseurs de 30 pays, ont participé, attirant plus de 84 000 visiteurs des secteurs commercial et public.

L'année courante, les entreprises canadiennes peuvent participer en exposant gratuitement des échantillons de leurs produits, de la documentation sur leurs produits, des brochures et des cadeaux publicitaires.

Les sociétés peuvent envoyer 25 ensembles complets de brochures à être exposées et autant de cartes de visite, d'affiches, de films vidéo et d'échantillons de produits non périssables.

Ce matériel devrait parvenir à l'ambassade du Canada au plus tard le 15 octobre (veiller à l'emballage pour que le contenu ne soit pas endommagé dans le courrier).

Envoyer le matériel directement à M. Werner Naef, agent commercial, ambassade du Canada, B.P., CH-3000, Berne 6, Suisse. Pour recevoir des renseignements supplémentaires, communiquer avec M. Patrice Veilleux, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), AECEC. Tél. : (613) 995-6440. Télécopieur : (613) 995-6319.

ÉTUDES DE MARCHÉS

Les télécommunications au Panama

Au Panama, l'autorité d'État chargée du téléphone a des plans de développement importants pour la prochaine décennie.

Bien que le pays soit très endetté et que la coalition politique soit fragile, l'entreprise d'État INTEL chargée de 90 % des achats dans le domaine des télécommunications au Panama a déterminé un certain nombre de besoins importants.

Ces derniers, selon une étude du marché des télécommunications, effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à San José (Costa Rica), comprennent des terminaux d'utilisateur, des câbles pour l'amélioration du réseau externe, des lignes numériques, du matériel pour la transmission de haute et de moyenne capacités, ainsi que du matériel pour la transmission de faible capacité.

Maintenant que la situation politique s'est quelque peu stabilisée, INTEL compte continuer à améliorer les installations — en utilisant des réseaux à fibres optiques, des systèmes de radio à micro-ondes et des centrales numériques. INTEL achète la plupart de ses besoins au moyen d'appels d'offres publics (requis par la loi pour tous les achats publics dépassant 150 000 \$), et la concurrence est très acharnée parmi les fournisseurs principaux.

Le prix est souvent le facteur déterminant, d'où, selon l'étude, « il est essentiel pour les fournisseurs canadiens d'être représentés par un agent dans le pays. » Ces agents et distributeurs vendent aussi de petites centrales et du matériel au secteur privé.

Outre la liste de représentants et de distributeurs, l'étude traite des pratiques commerciales au Panama et mentionne des mesures d'encouragement servant à attirer les fabricants étrangers — exonération temporaire d'impôt, importation de matériaux bruts exempte d'impôt, remboursement de taxe sur

les exportations et établissement de zones franches où les lois relatives au travail sont moins rigoureuses.

Pour obtenir plus d'informations sur ce marché ou un exemplaire de l'étude

de marché, communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

Possibilités dans le secteur agro-alimentaire à la Trinité-et-Tobago

Dans le secteur agro-alimentaire, des possibilités de ventes s'offrent aux entreprises canadiennes désirant exporter à la Trinité-et-Tobago, selon le rapport *Overseas Inputs to the Trinidad and Tobago Food and Beverage Processing Industry* préparé par le Haut-Commissariat du Canada à Port-of-Spain.

Le rapport décrit les possibilités de fourniture de matériaux et de machines ainsi que les perspectives d'entreprises conjointes, d'investissements directs et de franchisage.

Le Canada est un exportateur traditionnel de pommes de terre, d'oignons, de poissons salés et de légumes secs à ce pays; toutefois, le rapport indique que des possibilités considérables sur le plan commercial s'offrent dans des domaines tels que le lait en poudre, les aliments pour animaux et les céréales.

En outre, il existe des débouchés pour une vaste gamme de machines de transformation des aliments et d'emballage. De plus, le rapport énumère tous les producteurs importants de produits alimentaires et de composantes importées, y compris la quantité et la source des matières premières.

Pour obtenir un exemplaire du rapport et de l'étude qui l'accompagne, *A Brief Overview of the Agri-food Sector in Trinidad and Tobago*, communiquer avec M. Robert Rutherford, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-3877.

Télécopieur : (613) 943-8806.

Pour plus d'informations sur le secteur agro-alimentaire à la Trinité-et-Tobago, communiquer avec Mme Susan Howell, First Secretary (Commercial), Canadian High Commission, 72-74 South Quay, (P.O. Box 1246), Port-of-Spain, Trinidad and Tobago, W.I.

Numéros à noter

Le nouveau numéro de téléphone du consulat du Canada à Auckland (Nouvelle-Zélande) est le (011-64-9) 309-3690. Le numéro de télécopieur est le (011-64-9) 307-3111.

Voici les nouvelles coordonnées du consulat général du Canada à Chicago : Two Prudential Plaza, 180 N. Stetson Ave., Suite 2400, Chicago, Illinois 60601 USA. Tél. : (312) 616-1860. Télécopieur : (312) 616-1877.

Voici le numéro de télex de l'ambassade du Canada à Jakarta, en Indonésie : (code de destination 75) 65131 (65131 DMCAN IA).

Voici le numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Bogota, en Colombie : (011-57-1) 310-4509.

A noter les numéros suivants de l'ambassade du Canada à Bucarest, en Roumanie : tél. (011-40-0) 12.03.65; télécopieur (011-40-0) 12.03.66.

AU CALENDRIER

Medicine Hat — 9-12 septembre — Exposition sur la robotique industrielle et troisième conférence sur les applications de la robotique militaire. Les exposants canadiens et américains seront notamment des industries spécialisées dans la robotique, l'intelligence artificielle et l'automatisation (systèmes de vision, intégration de capteurs et manipulateurs). Communiquer avec Hal Fredericks, Manager, Economic Development Department, Medicine Hat (Alberta). Tél. : (403) 529-8353. Télécopieur : (403) 526-1239.

Toronto — 16 septembre; Montréal — 18 septembre — Sixième session du Conseil de commerce Canada-Inde : des représentants de la haute direction du secteur commercial privé des deux pays discuteront de sujets tels que la coopération économique, commerciale et industrielle ainsi que des possibilités d'investissement et de transfert de technologie. Des rencontres d'affaires individuelles sont prévues. Joindre M. Patrice Dallaire, Conseil de commerce Canada-Inde, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

Toronto — 17 septembre — "Hong Kong a Year from Now" sera le thème de l'atelier de la Hong Kong-Canada Business Association (HKCBA) qui fournira des renseignements sur les événements actuels et futurs dans la colonie et sur les investissements et les activités commerciales du Canada à Hong-Kong. Communiquer avec la HKCBA. Tél. : (416) 366-2642. Télécopieur : (416) 366-1569.

Ottawa — 18 septembre — La politique de la compensation internationale et la gestion ainsi que les profits indus-

triels et régionaux canadiens seront parmi les sujets de la réunion, en automne, du Forum for Industrial Participation. Inscriptions: M. Bob Brown, Ottawa. Tél. : (613) 733-0704.

Montréal — 14 octobre — Allocution de l'ambassadeur de la République de Côte d'Ivoire, M. Julien Kacou, lors d'un dîner-conférence au Nouvel Hôtel de Montréal. Thème : la Côte d'Ivoire, un partenaire commercial en Afrique occidentale. Renseignements: Logivoir Inc.. Tél. : (514) 766-4470. Télécopieur : (514) 766-9820.

Moncton/Halifax/St. John's — 15-17 octobre — Des ateliers, d'une demi-journée, portant sur l'accès aux marchés d'Australie et de Nouvelle-Zélande seront offerts par MM. Gilles Potvin et Ray Buciak, d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), à Moncton (le 15 octobre), Halifax (le 16 octobre) et St. John's (le 17 octobre). Un exposé sur les possibilités de marché sera suivi de discussions globales sur les documents, les tarifs, les taxes, la quarantaine, les préférences et les règlements douaniers. Au cours des ateliers, les deux publications suivantes seront distribuées: *Practical Aspects of Australian Market* et *Practical Aspects of New Zealand Market Access*. Inscriptions : à Moncton, Ben Hong au (506) 851-6440; à Halifax, Ed Wong au (902) 426-9957; et à St. John's, Tom Greenwood au (709) 772-5511. Pour obtenir des informations sur le contenu des ateliers, s'adresser à M. Ray Buciak, Ottawa. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

Vancouver — 26-28 octobre — Annual National Trade Show and Conven-

tion '91 (foire commerciale nationale annuelle et congrès de 1991) de l'Association canadienne des aliments de santé. Des détaillants, des fabricants, des grossistes, des distributeurs, des fournisseurs et des professionnels de la santé du Canada, des États-Unis et d'Europe participeront à cette manifestation annuelle dont le thème, cette année, est "Prime Time for Health". Communiquer avec Mme Nancy Ostrander, Convention Manager, CHFA, Vancouver. Tél. : (604) 731-4664. Télécopieur : (604) 734-6909.

Publications

La publication suivante est disponible auprès d'Info Export (pour les commandes, voir l'encadré au bas de la page).

Des renseignements sur l'arrimage sécuritaire des conteneurs et de remorques d'exportation sont fournis dans *Arrimage sécuritaire* (n° 44TF), un livret contenant des conseils utiles, publiée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada). Le livret de 81 pages, qui fait remarquer que « les meilleurs produits au monde sont inutilisés si, au moment de la livraison, ils sont endommagés, » met l'accent sur l'arrimage des conteneurs maritimes et des remorques routières. Il contient les photos de résultats de mauvais arrimage, des conseils sur les étapes préventives, des diagrammes, des conseils sur le bon arrimage, le marquage, un glossaire de termes et des détails sur l'assurance. C'est un instrument précieux pour les entreprises qui exportent, qui s'occupent de réclamations relatives au trafic, d'emballage et d'expédition.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANAD EXPORT

Vol.9 N°15

16 septembre 1991

Le Danemark

Un marché attrayant

Avec sa population de 5,2 millions d'habitants et une superficie représentant seulement quatre cinquième de la Nouvelle-Écosse, le Danemark, qui parfois passe inaperçu, est un marché qui offre des attraits aux exportateurs canadiens.

Le Danemark est membre de la Communauté économique européenne (CEE) et peut servir de seuil aux marchés de la Norvège, de la Suède, de la Finlande, de l'Islande, du Groënland, des pays baltes, de la Pologne, de la Tchécoslovaquie, de l'ancienne Allemagne de l'Est et, dans une moindre mesure, de l'Union soviétique, à cause de ses liens économiques et politiques étroits avec ces pays.

La Hongrie, porte d'accès à l'Europe

Voir le calendrier page 12

Les exportateurs canadiens, en particulier ceux qui souhaitent établir un distributeur principal, un bureau de vente ou un partenaire dans une entreprise conjointe en Europe, devraient utiliser cette « porte » commerciale, selon un rapport de l'ambassade du Canada à Copenhague.

Le Danemark, dont la reine Margrethe II visitera le Canada le mois prochain, importe déjà une variété de produits et de services canadiens. Le commerce bilatéral entre les deux pays en 1991 se chiffrait à quelque 400 millions de dollars avec un excédent de 80 millions de dollars en faveur du Danemark.

Les exportations du Canada vers le Danemark comprennent, entre autres, les produits du poisson, les produits agricoles et alimentaires, le matériel et les pièces d'informatique, d'électroni-

que et de télécommunication ainsi que le charbon.

Marchés éventuels

Ces secteurs représentent toujours les meilleurs débouchés pour les exportateurs canadiens, en particulier dans les domaines des télécommunications, de l'informatique et du traitement des données.

Les autres secteurs qui représentent des débouchés grandissants comprennent : les instruments électroniques, les produits et les services reliés à la protection de l'environnement, les produits du bois, le matériel et les services de transport ainsi que la défense.

Le transfert de la technologie, les investissements et les associations stratégiques, en particulier entre les petites et les moyennes entreprises des deux pays, pourraient aussi être profitables.

Voici la description d'un marché éventuel ainsi que des renseignements sur la façon de faire affaires avec le Danemark.

L'informatique

De nombreux fournisseurs de matériel et de logiciel informatiques font déjà affaires avec le Danemark. Les ventes dans ce secteur représentent une croissance très encourageante d'après le rapport intitulé *The Danish*

(Voir page 7 : Bons débouchés.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Gros contrats américains	4
L'ALE : la Commission mixte	5
L'Europe de 1992 : les droits de propriété intellectuelle	6
Études de marchés	9

Pleins feux sur le Mois du commerce extérieur

Le mois d'octobre a été décrété le Mois canadien du commerce extérieur (MCCE). Il donnera lieu à une série d'activités et d'événements qui célèbreront les réussites des entreprises canadiennes dans le monde très concurrentiel du commerce extérieur.

L'un des principaux éléments du MCCE s'intitule *Carrefour 91*. Il s'agit d'un programme original qui donne aux exportateurs actuels et éventuels l'occasion de rencontrer des délégués commerciaux canadiens chevronnés afin d'obtenir des renseignements précis sur les débouchés commerciaux.

Les secteurs du marché qui ont été choisis pour le programme de cette année sont : le matériel de protection de l'environnement et les services connexes, les produits du bois et les matériaux de construction à valeur ajoutée, l'ingénierie-conseil et les produits de consommation (y compris le vêtement et les produits sportifs).

Voici, par ordre chronologique, le calendrier de *Carrefour 91*.

• **Vancouver** — 1^{er}-2 octobre : matériel de protection de l'environnement et services connexes; 17-18 octobre : produits du bois et matériaux de construction à valeur ajoutée; 21 octobre : ingénierie-conseil; 21-22 octobre : produits de consommation.

• **Edmonton** — 3-4 octobre : matériel de protection de l'environnement et services connexes; 15-16 octobre : produits du bois et matériaux de construction à valeur ajoutée.

• **Moncton** — 7 octobre : produits du bois et matériaux de construction à valeur ajoutée.

• **Toronto** — 7-8 octobre : matériel de protection de l'environnement et services connexes; 8-9 octobre : produits du bois et matériaux de construction à va-

(Voir page 10 : Calendrier.)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Le secteur de l'acier au Bangladesh

Les exportateurs canadiens peuvent se procurer un nouveau rapport qui donne aux fabricants et aux fournisseurs d'acier un aperçu des possibilités dans le secteur de l'acier au Bangladesh.

Le rapport intitulé *Study on Commercial Prospects for Canadian Companies in the Bangladesh Steel Sector* énumère les principaux produits suivants en acier importés par pays — dont la plupart peuvent être fournis par

le Canada : tôles d'acier laminé à froid; feuillard d'acier laminé à chaud; fonte brute; ferraille d'acier; acier allié; plaques en acier doux; matériel pour voies ferrées; fer blanc électrolytique; tôles en acier inoxydable; et lingot méplat.

Comme le secteur de l'acier au Bangladesh n'en est encore qu'à ses débuts, le pays accorde la priorité à sa croissance qui, comme on le prévoit, sera importante. En ce qui concerne la demande de produits en acier, le taux de croissance estimatif est de 8,61 %.

Les possibilités d'entreprises conjointes mentionnées dans le rapport visent la fabrication d'éponges de fer, la production de tôles d'acier laminé à froid et des projets de production de feuillard d'acier laminé à chaud.

Pour ce qui est des produits en acier, le Bangladesh utilise une politique d'importation libérale ainsi qu'une politique d'investissement très libérale. Toutefois, d'après le rapport, les entreprises canadiennes désirant faire des affaires dans ce pays devraient y nommer des représentants commerciaux compétents.

Pour renseignements sur les possibilités commerciales au Bangladesh ou un exemplaire du rapport, communiquer avec M. Robert Grison, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans la Pacifique Sud, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-7659.

Entreprise conjointe

Ontario-Tchécoslovaquie

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada a accordé à une entreprise d'experts-conseils à Oakville (Ont.) une subvention pour transférer ses technologies de gestion à un partenaire d'entreprise conjointe (Vilim Vest) à Prague (Tchécoslovaquie).

La société Managerial Design Corporation installera des techniques nord-américaines très efficaces de gestion du rendement dans des entreprises d'Europe de l'Est pour améliorer les normes de gestion, permettant aux entreprises de devenir concurrentielles sur les marchés mondiaux.

Pour de plus amples renseignements sur ce projet, communiquer avec M. Peter Merry, Managerial Design Corporation, Oakville (Ont.). Tél. : (416) 338-9333.

De nouvelles lois en Bolivie attirent les investisseurs

Afin d'attirer les investisseurs vers ce qui a toujours été son secteur d'exportation le plus rentable (400 millions de dollars US par an), la Bolivie a établi un code d'exploitation minière qui élimine les restrictions sur la participation étrangère et comporte des règlements fiscaux beaucoup plus attrayants.

Le pays a aussi adopté une nouvelle loi sur les hydrocarbures.

Le nouveau code d'exploitation minière de Bolivie offre l'un des régimes fiscaux les plus avantageux au monde; il comporte un plafond fiscal de 30 % sur les profits. La taxe est supprimée lorsque les profits sont réinvestis et, contrairement aux droits d'exploitation perçus antérieurement, elle est déductible des impôts du pays d'origine.

En outre, le code permet, pour la première fois, aux entrepreneurs étrangers de participer aux développements miniers ayant lieu à moins de 50 km des frontières du pays, où se trouveraient certains des gisements les plus riches.

Au termes de la nouvelle loi sur les hydrocarbures, les entreprises qui signent des contrats d'exploitation ou des accords d'entreprise conjointe doivent avoir une adresse juridique en Bolivie et nommer un représentant juridique.

Selon la loi, toutes les entreprises qui signent des contrats d'exploitation jouiront de la garantie de la Bolivie selon laquelle elles peuvent disposer librement de la monnaie découlant de leurs exportations et pourront convertir librement les recettes des ventes aux Yacimientos Petroliferos Fiscales Bolivianos (YPFB), l'entreprise de pétrole et de gaz appartenant à l'État.

De plus, l'exploration et l'exploitation des hydrocarbures peuvent être effectuées par les YPFB seuls ou dans le cadre de contrats d'exploitation avec des parties tierces ou d'accords d'entreprises conjointes.

Pour renseignements, joindre M. Georges Lemieux, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-5548. Télcop. : (613) 943-8806.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef : René-François Désamoré

Rédacteur en chef adjoint : Louis Kovacs

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

INFO-EXPORT (conseils à l'exportation)

Tél. : 1-800-267-8376

Région d'Ottawa : 993-6435

Télécopieur : (613) 996-9709

ISSN 0823-3330

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

ALLEMAGNE — Une entreprise principale de services d'experts-conseils dans le domaine de l'environnement, qui emploie des scientifiques hautement spécialisés, recherche une technologie nouvelle ou innovatrice, des produits ou des services reliés à l'environnement, qu'elle désire représenter en Europe. La firme veut établir des entreprises conjointes, une exploitation conjointe ou des accords de transfert de technologie. Joindre Dietmar W. Dombkowski, président, Beartec Marketing Service Inc., 141, prom. Martindale N.E., Calgary (Alberta) T3J 3G5. Tél. : (403) 293-0297. Télécopieur : (403) 285-7022.

ALLEMAGNE —

Plusieurs fabricants de meubles de l'ancienne Allemagne de l'Est (dont certains possèdent des installations de production modernes) recherchent des partenaires d'entreprises conjointes pour la production et la commercialisation. Ils recherchent aussi des conceptions nouvelles, des transferts de technologie, du matériel et du savoir-faire en fabrication et en gestion. Utiliser les mêmes coordonnées que celles pour l'avis sur l'Allemagne ci-dessus.

BRÉSIL — Un des plus grands fabricants de matériel pour champs pétroliers au Brésil désire devenir plus compétitif et améliorer la qualité de sa gamme de produits destinés aux industries pétrochimique, métallurgique, des pâtes et papiers et de l'exploitation minière. Il désire conclure des accords de concession de licence, de transfert de technologie et d'entreprises conjointes avec des fabricants canadiens de matériel tel que des échangeurs thermiques, des récipients à pression, des réservoirs de stockage et des systèmes d'alimentation générale. Communiquer avec M. Antonio Tavora, Conforja Equipetrol S.A., Escritorio Rio de Janeiro, Rua da Assembleia 10 gr. 1510, 20011 Rio de Janeiro, RJ. Tél.

:(5521) 221-6878. Télécopieur : (5511) 252-4396. Télex : (5521) 2133773.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise bien établie, qui compte un grand nombre de clients, représente un fabricant et distributeur qui désire importer du matériel d'exposition dans les points de vente, pour être utilisé dans le secteur de la vente au détail. La société deviendrait le distributeur de ces produits en Grande-Bretagne et dans certains pays européens. Joindre Pat Harrison, Impex Southern Limited, Ketts House, Winchester Road, Chandlers Ford, Eastleigh Hampshire, SO5 2FZ, U.K. Tél. : (0703) 254771. Télécopieur : (0703) 270054. Télex : 477469.

Débouchés commerciaux

GRANDE-BRETAGNE — Un grossiste désire communiquer avec des grossistes canadiens de chaussures de sport ou avec des entreprises spécialisées dans les chaussures de sport de marque. Communiquer avec P. Taylor, Kent Textiles Plus, 34 Home Hill, Hextable, Kent, England. Tél. : SWANLEY 68819.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un fabricant recherche des fournisseurs de rivets de type 316 (1/4 x 5/8 pouces). Communiquer avec Don Evans, Stafford Industries (NZ) Ltd., 98 Colombo St., Hamilton, New Zealand. Télécopieur : 071-477-975.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une agence voudrait représenter des fabricants de composantes pour injection de carburant (ajutage) et de composantes automobiles (accélérateur, bougie, senseurs atmosphérique et de température). Communiquer avec Wally Sowte, Trans Trade International, 250 Don Buck Rd., Massey, Auckland, New Zealand (pas de télécopieur).

PAYS-BAS — Un agent hollandais dynamique désire représenter des fabricants canadiens d'articles cadeaux,

de produits en cuir et de produits de beauté de bonne qualité. Communiquer avec M. Marco Zeegerman, Zeegerman Agenturen, 13 Schouw, 1613 CI Grootebroek, Netherlands. Tél. : (011-31-2285) 12772. Télécopieur : (011-31-2285) 13862.

SUISSE — Une société locale cherche à importer toutes sortes de marchandises, ou produits de deuxième choix, déclassés, démarqués, fins de séries, surplus, soldes, postes de liquidation, etc., en lots, petites, moyennes et grandes quantités. Communiquer rapidement par télex ou télécopieur avec General Stocks Lots—Swiss Division, 40, rue de Neuchâtel, CH-1400 Yverdon-les-Bains, Suisse. Tél. : (024) 21.30.47. Télécopieur

: (024) 21.34.20.

Télex : 457 299

TXC CH (ATT.

CONTINENTAL-

SWITZERLAND).

TCHÉCOSLOVAQUIE — On recherche des partenaires d'entreprises conjointes ou des accords de concession de licences pour un certain nombre de projets, dont certains comprennent la conception, l'aménagement et la gestion de terrains de golf; la construction de centres d'achat; des systèmes complets de mise en bouteille et des systèmes de récupération de bouteilles en plastique. On recherche aussi des bétonnières mobiles. S'adresser à M. Ivan Gontko, Artiva Group International Inc., C.P. 30241, succursale B, Calgary (Alberta) T2M 4P1. Tél. : (403) 285-5700. Télécopieur : (403) 285-7570.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise qui fabrique des pièces pour moteurs de tracteurs et moteurs diesel ainsi que divers composants métalliques et matériel écologique désire établir des contacts au Canada pour coopérer dans les secteurs du commerce et de la fabrication. Communiquer avec Dr. jur. Jaroslav Katolicky, Agromotor s.p., 594 20 Velke Mezirici, Tchécoslovaquie. Tél. : (011-42-2) 619-2941. Télécopieur : (011-42-2) 619-2677. Télex : 068245.

Gros contrats du gouvernement aux États-Unis

Les entreprises canadiennes peuvent soumissionner des contrats relatifs à des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnement et Services Canada). Les appels d'offres seront lancés d'après le calendrier ci-dessous; la période de soumission se termine d'habitude 30 jours après la date de l'appel d'offres.

Produit : Matériel clinique et biologique — microscopes, centrifugeuses, pH-mètres, microtomes, agitateurs, titrimètres/systèmes de titrage.

Valeur prévue du contrat : 60 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 39.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : décembre 1991.

Période du contrat : 1^{er} août 1992-31 janvier 1995.

No du projet : 66 II c.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Evangeline Turner, tél. : (703) 557-9415.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — balances de laboratoire, balances de précision et accessoires.

Valeur prévue du contrat : 4 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 14.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.

Période du contrat : 1^{er} janvier 1990-31 décembre 1993.

No du projet : 66 II E.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Rhonda Davis, tél. : (703) 557-9299.

Produit : Instruments et matériel de

laboratoire — enregistreurs graphiques.

Valeur prévue du contrat : 39 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 17.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.

Période du contrat : 1^{er} février 1990-31 janvier 1993.

No du projet : 66 II G.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Tracey Ford, tél. : (703) 557-1206.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — cages d'animaux, installations de bain, séchoirs (en verre), chambres environnementales et de culture de végétaux, liophilisateurs, hottes, fours de calcination, incubateurs, membranes filtrantes de bactéries, fours, pompes, réfrigérateurs et congélateurs, stérilisateurs, thermomètres et machines à laver.

Valeur prévue du contrat : 58 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 64.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.

Période du contrat : 1^{er} avril 1991-31 mars 1995.

No du projet : 66 II O.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Oscar Watson, tél. : (703) 557-8360.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — matériel d'analyse environnementale, de contrôle de la pollution et de détection de danger atmosphérique.

Valeur prévue du contrat : 10 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 46.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.

Période du contrat : 1^{er} janvier 1993-31 janvier 1994.

No du projet : 66 II R.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Diane Carrington, tél. : (703) 557-7823.

Produit : Meubles divers — matériel de sécurité.

Valeur prévue du contrat : 130,6 millions de dollars sur trois ans.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 13.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.

Période du contrat : 1^{er} octobre 1991-30 septembre 1996.

No du projet : 71 III E.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Patricia Wills, tél. : (703) 557-8438.

Produit : Meubles divers — cloisons.

Valeur prévue du contrat : 50 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 20.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.

Période du contrat : 1^{er} mai 1991-30 avril 1996.

No du projet : 71 III M.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Janet Gore, tél. : (703) 557-8442.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour obtenir des informations plus générales sur ce procédé d'approvisionnement, s'adresser à l'ambassade du Canada à Washington (D.C.). Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

Réunion de la Commission mixte du commerce de l'ALE

La mise en oeuvre de l'Accord de libre-échange (ALE) Canada-États-Unis, signé il y a plus de deux ans, se poursuit harmonieusement.

Tel est le bilan de la cinquième réunion de la Commission mixte du commerce canado-américain entre le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, et la représentante au Commerce des États-Unis, M^{me} Carla A. Hills.

La réunion, chargée d'examiner la mise en oeuvre et la gestion globale de l'Accord, s'est tenue le mois dernier à Seattle (Washington).

Le commerce des biens-services entre les deux pays a atteint 203 milliards de dollars en 1990, contre 197 milliards en 1989 et 191 milliards en 1988.

M. Wilson et M^{me} Hills ont mentionné les progrès réalisés dans un certain nombre de domaines depuis la dernière réunion de la Commission, en octobre 1990, dont :

- La deuxième série de réductions tarifaires accélérées, qui est maintenant en vigueur, visant environ 2 milliards de dollars d'échanges bilatéraux et plus de 200 produits.

(Cela signifie que depuis la mise en oeuvre de l'ALE, les deux pays, à la demande du secteur privé, ont accepté d'accélérer l'élimination des droits de douane applicables à quelque 8 milliards de dollars de produits échangés.)

- Les sociétés d'architecture du Canada et des États-Unis ont établi des critères qui permettront la reconnaissance mutuelle des qualifications des architectes dans les deux pays.

Les deux ministres ont aussi discuté d'un certain nombre de problèmes commerciaux non réglés, et ont mentionné que l'ALE facilite grandement le règlement des litiges bilatéraux.

Voici quelques-unes des autres décisions prises par la Commission le mois dernier :

- acceptation d'un processus de modification des Règles du chapitre 19 (Règlement binational des différends) qui lui sera présenté par le Groupe juridique binational (il travaille sur des mo-

difications visant la simplification);

- constatation des progrès réalisés par les 9 groupes d'experts chargés d'examiner les règlements (dont l'emballage et l'étiquetage) et les normes qui affectent le commerce des produits agricoles et halieutiques entre les deux pays;

- approbation d'une modification des règles d'origine des produits oléagineux, et d'une série de modifications techniques visant, en grande partie, à éclaircir l'énoncé de l'ALE pour un certain nombre d'autres produits;

- une de ces modifications, visant les unités-lecteurs de disques et matériel de technologie de pointe connexe, que les fabricants Canadiens de matériel de

pointe avaient demandée, facilitera les exportations de l'industrie canadienne de technologie de pointe aux États-Unis;

- constatation que les modifications au chapitre 15 (Autorisation de séjour temporaire pour gens d'affaires), approuvées par la Commission à sa réunion d'octobre dernier, seront appliquées dès leur publication par les deux pays.

Pour tout renseignement sur la réunion de la Commission bilatérale ou sur l'ALE, communiquer avec M^{me} Barbara Tink, Direction de la gestion du libre-échange (UGM), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 993-4797. Télécopieur : (613) 996-7411.

Les affaires dans les îles du Pacifique Sud

Un nouvel organisme a été créé pour aider les entrepreneurs dans les îles du Pacifique Sud à faire la promotion et à établir des entreprises.

Ce nouvel organisme, le South Pacific Project Facility (SPPF), est co-financé par l'Australie, le Canada, Fidji, la France, le Japon, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. Les activités du SPPF s'étendent à Fidji, à Kiribati, à la Papouasie-Nouvelle-Guinée, aux Iles Salomon, à Tonga, à Vanuatu, et aux Samoa occidentales.

Le SPPF conseille les investisseurs étrangers ou les établissements financiers qui désirent déterminer les possibilités d'investissement ou trouver des partenaires locaux dans les pays des îles du Pacifique Sud en organisant des rencontres et en aidant à négocier des modalités équitables de coopération.

Les propositions de projets et les demandes de renseignements peuvent être envoyées au coordonnateur du SPPF, Mr. Bose, SPPF Office, International Finance Corporation, 1818H Street NW, Washington DC 20433, USA. Tél. : (202) 334-8705.

Pour renseignements sur les îles du Pacifique Sud, communiquer avec M. Gilles Potvin, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, Affaires extérieures et Com-

merce extérieur Canada. Tél. : (613) 995-7662. Télécopieur : (613) 996-4302.

Service de fret au Pacifique Sud

South Pacific Interline Ltd. vient de lancer un service régulier de fret maritime entre l'Amérique du Nord et le Pacifique Sud.

Le voyage aller-retour de 50 jours, au départ de Vancouver, fera escale dans les ports de la côte ouest américaine suivants : Seattle/Tacoma, Coos Bay, San Francisco et Los Angeles/Long Beach. Dans les îles du Pacifique Sud, les escales comprendront Papeete (Tahiti), Pago (Samoa, E.-U.), Apia (Samoa occidentale), Nuku'alofa (Tonga), Nouméa (Nouvelle-Calédonie), et Lae (Papouasie-Nouvelle-Guinée).

C'est la MV T.S. Adventure, un navire de pointe japonais de 17 000 t lancé en janvier dernier, qui assurera la liaison.

Pour renseignement sur les services et les horaires, communiquer avec M. Staffan Melin, South Pacific Interline Ltd., World Trade Centre, Suite 532, 999 Canada Place, Vancouver V6C 3E2. Tel. : (604) 641-1325. Télcop. : (604) 641-1395. Télex : 04-53332 EOC VCR.

La CE harmonise les droits de la propriété intellectuelle

par Andrew Griffin

En général, les entreprises canadiennes peuvent s'attendre à tirer parti de l'uniformité accrue et de la simplification des formalités du régime adopté partout dans la CE en ce qui concerne la propriété intellectuelle, dans le cadre de l'initiative du marché unique de la Communauté européenne (CE).

C'est la conclusion du *Rapport du Groupe de travail interministériel sur la propriété intellectuelle dans l'Europe de 1992*.

Le rapport conclut que le Canada et la CE ont, en général, des positions semblables quant à la propriété intellectuelle. Les deux s'efforcent d'assurer une protection adéquate aux détenteurs de propriété intellectuelle, de faire respecter ces droits de manière non discriminatoire et d'établir des mécanismes efficaces de règlements des différends.

Dans le document d'octobre 1990, *La politique industrielle dans un environnement ouvert et concurrentiel*, la CE estime que c'est au niveau communautaire qu'il faut de plus en plus rechercher les solutions aux problèmes de la compétitivité industrielle, et qu'une protection rapide et efficace de la propriété intellectuelle favorise la mondialisation du commerce et constitue un puissant instrument d'innovation.

En cherchant à établir un équilibre entre le besoin de protection des titulaires de droits de la propriété intellectuelle et les avantages d'un marché libre et concurrentiel, la CE adopte une approche à deux volets.

D'une part, les dispositions nationales des 12 États membres sont en cours d'harmonisation. D'autre part, de nouvelles mesures sont prises à l'échelle de la CE.

Un brevet et une marque de commerce commu-

nautaires ont été proposés. Les indications géographiques et les droits des phytogénéticiens seront aussi assujettis à la loi de la Communauté.

Le rapport indique que les questions concernant l'accès, au marché de la CE, des produits et des services canadiens reliés à la propriété intellectuelle et l'accès du Canada à la propriété intellectuelle produite par la CE constituent les deux points d'intérêt principaux du Canada en ce qui a trait aux nouvelles mesures de la Communauté.

Accords multilatéraux

Dans le cadre de la négociation des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (TRIP), la CE a proposé, pour la mise en exécution des droits de propriété intellectuelle, un cadre qui :

- comprendrait le traitement national et l'application non discriminatoire des règlements nationaux;
- accorderait aux titulaires de droits le droit à des recours dans les cas de contrefaçon; et
- autoriserait l'imposition de sanctions appropriées.

La CE a aussi déclaré souhaiter ardemment l'adhésion de toutes les parties contractantes à la Convention de Paris sur les brevets, les marques de

commerce et les dessins industriels ainsi qu'à la Convention de Berne sur les droits d'auteur. Ces deux conventions, auxquelles le Canada adhère déjà, sont administrées par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

Création d'un Régime de la CE

Pour atteindre ces objectifs, la CE a adopté des mesures relatives aux brevets, aux marques de commerce, aux droits d'auteur, aux indications géo-

La CE tente de concilier les droits de la propriété intellectuelle avec les objectifs du marché unique par les moyens suivants :

- la simplification des formalités; une seule demande assurera la protection dans toute la Communauté;
- l'implantation de vastes réseaux de fabrication et de distribution grâce à l'uniformité des mesures de protection;
- l'offre d'avantages généraux liés à un marché libre; et
- l'accroissement du contrôle exercé sur la contrefaçon et le piratage.

graphiques, aux droits des phytogénéticiens et aux schémas de montage des puces de semiconducteurs.

Le brevet communautaire

La Convention européenne sur les brevets de 1973 (Convention de Munich), entrée en vigueur en 1978, a institué l'Office européen des brevets (OEB) et harmonisé l'obtention de brevets dans les pays signataires.

Cependant, cette convention n'a pas été ratifiée par tous les pays de la CE, dont le Danemark, l'Irlande et le Portugal. Il en résulte un ensemble de brevets et de droits qui sont régis par le droit national des pays visés. Par conséquent, la protection n'est pas uniforme.

Dans le cadre du programme de marché unique de 1992, la CE a renouvelé ses efforts en vue d'établir un principe de brevet communautaire en modifiant la version de la Convention du Luxembourg. Celle-ci, qui doit être administrée par l'OEB, fournira des droits relatifs aux brevets, semblables partout dans la CE.

En outre, des mesures spéciales visant les brevets en matière de produits pharmaceutiques et de biotechnologies ont été établies.

(Voir page 7: L'Europe.)

LA CE et le GATT

Dans le cadre de l'Uruguay Round du GATT, la CE préconise l'application des principes commerciaux suivants aux droits de propriété intellectuelle :

- la non-discrimination;
- le traitement national;
- l'abaissement des barrières;
- la transparence;
- la consultation;
- le règlement des différends.

L'Europe de 1992

(Suite de la page 6.)

La marque de commerce de la CE

Actuellement, les entreprises qui désirent vendre leurs produits et leurs services dans la CE doivent déposer leurs marques de commerce dans chaque État membre où elles cherchent une protection, ce qui entraîne une diversité de protection et de droits.

Outre l'harmonisation des systèmes nationaux, la Commission a proposé une marque de commerce communautaire qui serait administrée par un Office des marques communautaires. L'Espagne exerce de vives pressions pour que l'Office ait son siège à Madrid.

Droits d'auteur

Dans les États membres, les diverses lois sur les droits d'auteur entravent le commerce et facilitent le piratage des oeuvres protégées, phénomène d'ailleurs favorisé par le progrès technique.

En décembre 1990, la Commission a dévoilé, dans le sillage du Livre vert de 1988 sur le droit d'auteur et la technologie, un programme étalé sur deux ans, dont l'objet est d'instaurer un certain nivellement des législations sur le droit d'auteur et les droits connexes.

Le programme prévoit que tous les États membres devraient, d'ici la fin de 1992, ratifier ou signer la Convention de Berne de 1971 et la Convention de Rome de 1961 sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de disques et des organismes de radiodiffusion et de télédiffusion.

Renseignements

Pour informations sur l'Europe de 1992, joindre la Direction de la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-2727.

Pour obtenir un exemplaire du *Rapport du Groupe de travail interministériel sur la propriété intellectuelle dans l'Europe de 1992*, s'adresser à Info Export au 1-800-267-8376.

Andrew Griffin est un expert-conseil en communications qui travaillait auprès de la Direction de la Communauté européenne d'AECEC.

Bons débouchés en informatique

(Suite de la première page.)

Informatics Market — An Overview.

Il y a environ 600 000 utilisateurs d'ordinateurs personnels au Danemark, un marché pour lequel le nombre de fabricants danois est très limité, et dans lequel les consommateurs recherchent la qualité. On s'attend à ce que le nombre d'utilisateurs s'élève à un million d'ici 1995, dont la majorité seront des particuliers.

Le logiciel

En 1990, le marché du logiciel au Danemark était évalué à environ 500 millions de dollars. On s'attend à ce que ce marché s'accroisse de 30 % pour atteindre 660 millions en 1992. Le marché du logiciel pour ordinateurs personnels représente environ 105 millions de dollars sur l'ensemble du marché du logiciel. Le taux de croissance annuel prévu pour ce segment est de 39 %.

Le rapport indique qu'en règle générale, il existe des débouchés pour la plupart des genres de logiciels, sauf pour les logiciels d'administration.

Il existe cependant un marché pour le logiciel technique, les logiciels systèmes et utilitaires, les logiciels de graphisme et les programmes de communication pour tous les niveaux de matériel. Le secteur des communications, en particulier, semble connaître une croissance rapide.

Les fournisseurs canadiens de logiciels spécialisés devraient communiquer avec l'ambassade (voir à la fin de l'article) pour obtenir une évaluation précise du marché.

Le matériel

Sur le plan du matériel, le secteur des périphériques représente les meilleurs débouchés (p. ex. les périphériques pour des applications spécialisées dans le domaine des communications, de l'émulation, de la production d'images et du graphisme de précision).

Les Danois s'intéressent beaucoup au secteur des communications (entre les ordinateurs personnels, entre les ordi-

nateurs personnels et les gros ordinateurs, les téléconférences, les télécopieurs, le matériel de réponse vocale). Le logiciel utilisé en éditique (Ventura, Aldus/Pagemaker) et les applications de lecture optique sont aussi très en demande.

Comment établir le contact

Les entreprises canadiennes qui veulent faire affaires au Danemark doivent normalement passer par l'intermédiaire d'un vendeur danois unique (distributeur, revendeur de produits modifiés, entreprise de vente par la poste ou fabricant de matériel original), compte tenu que les utilisateurs finaux danois préfèrent traiter avec des entreprises locales.

Un bon réseau de distribution constitue et continuera d'être un atout, c'est pourquoi les vendeurs canadiens doivent cultiver les relations avec leurs distributeurs actuels ou éventuels en leur offrant, par exemple, des conditions très favorables.

Dans les relations avec un distributeur danois éventuel, il faut faire preuve de vigilance et de patience, selon le rapport qui suggère de juger le rendement du distributeur après 12 mois de relations.

Lorsque l'exportateur canadien aura un pied dans la porte et que son produit sera accepté, il est essentiel que le vendeur soit prêt à offrir un soutien technique et des conditions d'approvisionnement raisonnables, qu'il visite le distributeur régulièrement et qu'il acquière une excellente compréhension du milieu d'affaires danois.

En plus de consulter l'ambassade pour obtenir de l'aide, on peut rencontrer des distributeurs danois d'autres façons, par exemple dans les foires commerciales (Comdex, à Los Angeles, et Cebit, en Allemagne, sont populaires chez les Danois) et la publicité dans les principales revues américaines d'informatique (*Byte* et *PC World*).

(Voir page 8 : Comment s'implanter.)

L'AUSTRALIE, UN MARCHÉ SOLIDE

pour les produits fabriqués...

L'Australie se range parmi les dix premiers marchés du Canada en ce qui a trait aux produits fabriqués et manufacturés; les exportations canadiennes comprennent tous les produits, des turbopropulseurs (14 millions de dollars) aux machines à laver automatiques (5 millions de dollars).

Un article récent publié dans une revue commerciale australienne, *Industry Review*, indique que les possibilités sont nombreuses. Il mentionne que

le tableau suivant.

L'article souligne aussi que le pays doit remplacer les machines et le matériel existants par des produits qui sont techniquement plus avancés, pour que l'industrie du pays devienne plus efficace et concurrentielle sur les marchés mondiaux.

Pour plus d'informations sur les débouchés en Australie, communiquer avec M. Brian Hood, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le

l'Australie est un grand et constant importateur de produits finis—comme l'indique

Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-7652. Télécopieur : (613) 996-4309.

...et pour les voitures

On prévoit que la libéralisation du marché en Australie dans les secteurs tarifaires et non tarifaires, amorcée en 1985 et qui devrait se poursuivre jusqu'à l'an 2000, continuera avec les dernières politiques gouvernementales relatives à l'importation des véhicules de tourisme.

Dans le cadre du Australian Passenger Motor Vehicle Manufacturing Plan, les tarifs sur les automobiles et les pièces importées sont passés, entre 1985 et 1990, de 57,5 % à 40 %.

Ce tarif a encore été réduit le 1^{er} janvier 1991 jusqu'à 37,5 % et sera encore réduit le 1^{er} janvier 1992 jusqu'à 35 %. Le contingentement sur les automobiles importées a été aboli en 1988 et le Local Content Scheme (plan de contenu local) de 85 % a été supprimé en 1989.

Outre les réductions des tarifs et la suppression des restrictions quantitatives, le Plan comporte aussi deux nouveaux mécanismes visant à rationaliser l'industrie : Minimum Volume Requirements (exigences de volume minimales) (dont l'objet est de décourager la production de faible volume) et l'Export Facilitation Scheme (plan de facilitation des exportations) (qui vise à favoriser les exportations de véhicules et de pièces compétitifs).

Pour de plus amples renseignements sur les tarifs relatifs à l'industrie des véhicules de tourisme en Australie, communiquer avec M Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

Comment s'implanter au Danemark

(Suite de la page 7.)

Options en matière de distribution

Les entreprises qui ne réussissent pas à établir un réseau de distribution ont d'autres options, dont :

- établir leur propre bureau de vente au Danemark;
- trouver un distributeur dans un autre pays scandinave qui a réussi à s'établir au Danemark;
- établir des associations stratégiques et (ou) des ententes de constructeurs de matériel avec des fabricants ou des éditeurs danois qui commercialisent déjà des produits au Danemark ou dans la CEE.

(Cette question est étudiée dans un rapport intitulé *The Danish Software Industry Survey* qui a été commandé dernièrement par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et qui devrait être publié plus tard cette année. En plus d'avoir sondé 10 importants éditeurs de logiciels danois qui possèdent de l'expérience de la commercialisation du logiciel dans la CEE, cette étude se concentre sur les éditeurs de logiciels danois qui s'intéressent aux alliances avec des vendeurs de logiciels canadiens.)

Renseignements

L'ambassade du Canada à Copenhague, qui cultive des relations avec le secteur de l'informatique au Danemark, est prête à aider les entreprises canadiennes à évaluer les possibilités des marchés locaux ainsi qu'à identifier un réseau de distribution optimal pour les produits canadiens.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le secteur de l'informatique au Danemark ou sur d'autres sur le commerce, ou pour obtenir un exemplaire du rapport intitulé *The Danish Informatics Market — An Overview*, communiquer directement avec la direction commerciale, ambassade du Canada, Kr. Bernikowsgade 1, DK-1105, Copenhague K, Royaume du Danemark. Tél. : (011-45-33) 12-22-99. Télécopieur : (011-45-33) 14-05-85. Télex : (code de destination 55) 27036 (DMCNC DK).

On peut aussi obtenir des renseignements auprès de la Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie avec l'Europe de l'Ouest (RWT), AECEC. Tél. : (613) 995-4730. Télécopieur : (613) 995-6319.

Les marchés de la construction au Costa Rica

Au Costa Rica, le marché des matériaux de construction représente entre 40 et 80 millions de dollars d'importations annuelles; même l'extrémité inférieure du marché de l'habitation utilise 20 % de matériaux importés.

Dans le secteur de la construction de logements de qualité supérieure, d'édifices touristiques et de bureaux, le pourcentage de matériaux importés augmente considérablement.

Ce sont quelques-unes des constatations d'une étude portant sur le marché des produits de construction effectuée en mars 1991 à la demande de l'ambassade du Canada à San José (Costa Rica).

Bien qu'il produise certains matériaux, le Costa Rica dépend grandement de l'importation de matériaux tels que le verre, le plastique, les produits en aluminium, l'acier, l'amiante, les boulons, la quincaillerie, les produits chimiques, les accessoires électriques, les installations spécialisées et les produits finis.

En outre, les réserves de bois d'oeuvre du pays diminuent rapidement; par conséquent, ce produit deviendra un article d'importation d'une certaine importance pour l'industrie de la construction au cours des prochaines années.

D'après l'étude, la construction annuelle de bâtiments au Costa Rica est d'environ 650 000 mètres carrés par an, d'une valeur estimative de 90 millions de dollars. Plus de 40 % de l'ensemble de la construction consiste en bâtiments d'une valeur de près de 100 000 \$, 75 % étant sur le marché du logement.

En plus d'énumérer les divers articles importés (tapis, adhésifs et additifs, appareils sanitaires, etc.) et d'indiquer la valeur en dollars des importations ainsi que les tarifs et taxes applicables sur ces dernières, l'étude traite des pratiques commerciales au Costa Rica.

Dans ce pays, le commerce est mené selon des pratiques nord-américaines; les exportateurs canadiens devraient donc se sentir entièrement à l'aise. Il est aussi important de noter que les produits importés doivent être représentés par une entreprise enregistrée au Costa Rica. D'ailleurs, selon le rapport, « c'est la manière la plus efficace, pour un fabricant canadien éventuel, d'assurer

une bonne distribution ».

Le Costa Rica est doté d'une infrastructure dynamique de promotion des investissements qui fournit des mesures d'encouragement aux fabricants désirant s'établir dans le pays — en particulier si cet établissement permettra à l'industrie de réaliser des recettes d'exportation. L'exonération temporaire d'impôt, les zones franches et le remboursement des droits de douane ac-

quittés pour l'exportation sont tous des caractéristiques importantes des mesures d'encouragement à l'investissement au Costa Rica.

Pour renseignements sur ce marché ou un exemplaire de l'étude, communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél.: (613) 995-8742. Télécopieur: (613) 943-8806.

Marchés lucratifs dans les îles Cayman

L'exportateur canadien entreprenant peut bien trouver des créneaux dans les îles Cayman, petites, mais lucratives — une petite colonie britannique qui dépend grandement des importations.

Avec un nombre d'habitants s'élevant seulement à 27 000 (favorisés considérablement par un grand secteur commercial axé sur le tourisme), les îles Cayman importent des produits d'une valeur annuelle d'environ 160 millions de dollars, ce qui crée des possibilités pour les exportateurs canadiens dans presque tous les secteurs.

Importations principales

Les importations principales sont le matériel, les véhicules à moteur, les matériaux de construction, la quincaillerie, les produits alimentaires et les boissons, ainsi que les biens de consommation durables. On recherche surtout des produits de qualité supérieure, en particulier ceux portant les noms commerciaux les plus connus.

En raison de la croissance rapide de l'économie (pendant les années 1980, les îles ont connu un taux de croissance annuel du BIP de 10 à 15 %) et de leur popularité croissante comme centre financier (520 banques enregistrées) et destination touristique, l'infrastructure du pays est mise à rude épreuve.

Au cours des cinq prochaines années, le gouvernement des îles Cayman entreprendra des projets de développement qui comprendront l'agrandissement du port, l'amélioration des routes, le développement du système d'approvisionnement en eau et l'amélioration

de l'aéroport, ce qui créera de nombreux débouchés pour les exportateurs canadiens de produits et de services.

Pratiques commerciales

Environ 74 % des importations des îles Cayman sont expédiées des États-Unis (y compris les produits canadiens et ceux ne provenant pas des États-Unis), en raison de la faible distance entre les îles et les États-Unis, et de la disponibilité des lignes maritimes (de trois à quatre fois par semaine) de Miami.

Bon nombre d'importateurs des îles Cayman utilisent les services de groupeurs de fret établis à Miami et entretiennent d'excellentes relations avec des distributeurs établis dans cette ville, qui sont très actifs sur le marché des îles Cayman. Tous les prix offerts aux importateurs des îles Cayman devraient être FOB Miami.

Renseignements

Pour favoriser davantage les relations commerciales entre le Canada et les îles Cayman, le service commercial du haut-commissariat du Canada à Kingston (Jamaïque) est devenu membre de la Chambre de commerce des îles Cayman. En outre, un représentant commercial honoraire du Canada, qui habite dans les îles, a été nommé récemment.

Pour plus d'informations sur le commerce avec ce pays, s'adresser à la Commercial Division, Canadian High Commission, P.O. Box 1500, Kingston 10, Jamaica, West Indies. Tél.: (809) 926-1500. Télécopieur: (809) 925-1702. Télex: (Code de destination: 291) 2130 (2130 BEAVER JA).

Calendrier des événements au Canada

(Suite de la première page.)

leur ajoutée; 25-28 octobre : ingénierie-conseil; 28-29 octobre : produits de consommation;

• **Montréal** — 9-10 octobre : matériel de protection de l'environnement et services connexes; 10-11 octobre : produits du bois et matériaux de construction à valeur ajoutée; 29-30 octobre : ingénierie-conseil; 30-31 octobre : produits de consommation.

• **Halifax** — 11 octobre : matériel de protection de l'environnement et services connexes; 1^{er} novembre : ingénierie-conseil, produits de consommation.

• **Calgary** — 22 octobre : ingénierie-conseil; 23 octobre : produits de consommation.

• **Regina** — 23 octobre : ingénierie-conseil.

• **Winnipeg** — 24 octobre : ingénierie-conseil; 24-25 octobre : produits de consommation.

• **St. John's** — 31 octobre : ingénierie-conseil.

Pour plus amples renseignements sur ces événements, communiquer avec Gisèle Laframboise, Direction des opérations d'expansion du commerce (TPO), AECEC. Tél. : (613) 996-8099. Télécopieur : (613) 996-8688.

Autres événements tenus dans le cadre du MCCE

(par ordre chronologique)

• **Windsor** — 19 septembre : International Trade Shows Made Profitable. Un atelier d'une journée sur la façon d'exposer efficacement ses produits et ses services lors d'une foire commerciale. Commandité par ISTC et la Société pour l'expansion des exportations (SEE), cet atelier sera aussi donné à **London**, le 26 septembre; à **Toronto**, le 8 octobre (portant sur le secteur alimentaire); à **Cambridge**, le 16 octobre; à **Etobicoke**, le 17 octobre; et à **Markham**, le 18 octobre. Communiquer avec Geoff Jones, CCI, Toronto. Tél. : (416) 973-5052. Télécopieur : (416) 973-8161.

• **Vancouver** — 22-25 septembre : Softworld Forum - les nouveautés en matière de gestion, de finances et de commercialisation dans l'industrie du logiciel. Communiquer avec Ann Levi-Lloyd, Softworld. Tél. : (604) 682-2034. Télécopieur : (604) 684-9848.

• **Ottawa** — **Québec** — **Moncton** — 22-29 septembre : grossistes-importateurs de bois de La Haye. Communiquer avec Gail McCallum, RWTF, AECEC; tél. : (613) 996-1530, télécopieur : (613) 995-6319. Ou Patrice Veilleux, RWT, AECEC, tél. : (613) 995-6440, télécopieur : (613) 995-6319. Ou J. Castonguay, BPIB; tél. : (418) 872-2424, télécopieur : (418) 872-3062.

• **Halifax** — 26 septembre : Brazil - Opening Up For Business. Colloque qui porte sur les secteurs clés de l'économie brésilienne, en particulier les secteurs qui représentent un potentiel important pour les entreprises et les investissements canadiens. Ce colloque se donnera aussi à **Montréal**, le 27 septembre; **Toronto**, le 30 septembre; **Calgary**, le 2 octobre; et **Vancouver**, le 4 octobre. Communiquer avec Beth Wolff, Chambre de commerce Brésil-Canada. Tél. : (416) 364-4634. Télécopieur : (416) 364-4638.

• **Saskatoon** — 27-29 septembre : Saskatchewan Business Opportunities Show (BOSS '91). Activité visant les secteurs de la vente au détail, des franchises et le secteur industriel. Communiquer avec Shaylene Craigie, directrice de la foire. Tél. : (306) 787-1608. Télécopieur : (306) 787-3872.

• **Calgary** — 29 septembre-1^{er} octobre : 10^e conférence sur les marchés internationaux du pétrole et du gaz de l'Institut canadien de recherche énergétique (ICRE). Communiquer avec l'ICRE. Tél. : (403) 282-1231. Télécopieur : (403) 284-4181.

• **Saskatoon** — 1^{er} octobre; **Regina** — 2 octobre : Trade Shows Made Profitable. Un atelier d'une journée sur la façon d'exposer efficacement ses produits et ses services lors d'une foire

commerciale. Communiquer avec David Shortall, CCI. Tél. : (306) 975-5318. Télécopieur : (306) 975-5334.

• **Calgary** — 2 octobre : Alberta and Japan - Trade Developments in the Nineties. Cette activité porte sur les exportations de produits alimentaires canadiens, le tourisme et les perspectives en matière d'exportation de la technologie et d'investissements. Communiquer avec le Canada-Japan Trade Council. Tél. : (613) 233-4047. Télécopieur : (613) 233-2256.

• **Vancouver** — 3 octobre : B.C. and Japan - Tourism and Trade in the Nineties. Communiquer avec le Canada-Japan Trade Council. Tél. : (613) 233-4047. Télécopieur : (613) 233-2256.

• **Ottawa** — 6-8 octobre : 48^e congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens (AEC) (voir article page 11).

• **Toronto** — 6-10 octobre : 64^e conférence et exposition annuelle de la Water Pollution Control Federation. L'exposition comprend du matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles ainsi que du matériel de manutention, de traitement et de disposition des déchets dangereux. Communiquer avec Donald Marsan, UTO, AECEC. Tél. : (613) 991-9478. Télécopieur : (613) 990-9119.

• **Ottawa** — 7 octobre : Soirée de remise du Prix d'excellence à l'exportation canadienne, par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson. Communiquer avec Beverley Hexter, AECEC. Tél. : (613) 996-2274. Télécopieur : (613) 996-8688.

• **Toronto** — 10 octobre : Global Connections '91. Cette foire commerciale offre des renseignements pratiques aux PME qui veulent se lancer sur les marchés internationaux. Communiquer avec Regina Pearce. Tél. : (416) 534-3677. Télécopieur : (416) 534-2739.

• **A l'échelle du Canada** — mi-octobre (dates à confirmer) : Mission commer-

(Voir page 11: Activités.)

Activités du Mois du commerce extérieur

(Suite de la page 10.)

ciale de la chambre de commerce et de l'industrie du Maharashtra (Inde). Réceptions, colloques-ateliers et programmes individuels de réunions et de visites d'usines pour les délégués indiens. Communiquer avec Marcel Saucier, PST, AECEC. Tél. : (613) 996-5903. Télécopieur : (613) 996-4309.

• **Saskatoon** — 17 octobre : Atelier sur l'assurance de la qualité et la commercialisation des exportations (l'importance des normes de qualité dans le soutien de la croissance des exportations). Communiquer avec George Rogerson, Association des exportateurs canadiens (AEC). Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

• **Toronto, Montréal** — 19-23 octobre : Réunion mixte du conseil du Canada-India Business Council (CIBC) en association avec la fédération des chambres de commerce et de l'industrie de l'Inde. Colloques sur la façon de faire affaires avec l'Inde, rencontres et visites individuelles avec des industriels indiens en visite. Communiquer avec Patrice Dallaire, directeur général, CIBC. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

• **Montréal** — 20-22 octobre : 10^e réunion conjointe du Conseil d'affaires Canada-Corée/Corée-Canada. Communiquer avec Dee Pannu, Chambre de commerce du Canada. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

• **Montréal** — 22 octobre; **Toronto** — 23 octobre : The Realities of Doing Business in the EEC. Colloque sur la façon de relever le défi d'établir une entreprise dans la CEE. Communiquer avec Barry Spigel ou Lise Monette de Goodman Lapointe Ferguson, Barristers and Solicitors. Tél. : (416) 595-2300. Télécopieur : (416) 595-0567.

• **Wolfville** — 24 octobre : Colloque sur les débouchés et l'investissement en Hongrie et en Tchécoslovaquie. Commandité par l'Acadia University. Communiquer avec M^{me} Lois Valley-Fischer, doyen de la faculté des arts. Tél. : (902) 542-2201. Télécopieur :

(902) 542-4727.

• **London** — 28-29 octobre : Symposium et exposition de Med Tech International. Communiquer avec M. F. Janzen, directeur général, Med Tech International. Tél. : (519) 661-4787. Télécopieur : (519) 661-4801.

• **Moncton** — 30 octobre; **Bathurst** — 31 octobre : International Trade Shows Made Profitable. Atelier sur la façon d'exposer efficacement ses produits et ses services lors d'une foire commerciale. Commandité par ISTC et la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Communiquer avec Ben Hong, CCI, Moncton. Tél. : (406) 857-4782. Télécopieur : (406) 851-6429.

• **Toronto** — 31 octobre : Let's Talk Risk. Atelier sur les risques que comporte l'exportation. Communiquer avec Richard McCorkindale, Société pour l'expansion des exportations. Tél. : (416) 973-5991. Télécopieur : (416) 862-1267.

• **Ile-du-Prince-Édouard** — octobre : Outreach Prince Edward Island. Une série de conférences, d'expositions d'entreprises et de réceptions organisées pour promouvoir le rôle d'AECEC, d'ISTC et des CCI en exportation. Communiquer avec Fraser Dickson, délégué commercial principal, CCI. Tél. : (902) 566-7443. Télécopieur : (902) 566-7450.

Le congrès annuel des exportateurs

Le 48^e Congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens offrira un programme impressionnant portant sur « L'innovation en matière d'exportation ».

Cette activité, qui aura lieu du 6 au 8 octobre à l'hôtel Westin, à Ottawa, mettra également en vedette la remise du Prix d'excellence à l'exportation canadienne par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, lors du dîner annuel organisé au Centre des congrès d'Ottawa le 7 octobre.

Les séances plénières et les séances parallèles porteront sur les sujets suivants :

- La compétitivité internationale du Canada : la voie à suivre;
- L'Accord de libre-échange (ALE) et le rôle changeant des douanes américaines;
- Le commerce international sans papier et l'échange de données informatisées (EDI);
- Le Moyen-Orient : l'évolution des États et les débouchés;
- L'Amérique latine : débouchés au Mexique et dans l'hémisphère occidental;
- Le rôle des exportations de services dans l'économie canadienne;
- L'Asie-Pacifique 2000 : l'accent portera sur le Japon, la Chine et Taiwan;
- La nouvelle Europe;
- Les États-Unis : stratégies de commercialisation pour diverses régions des É.-U. depuis l'entrée en vigueur de l'ALE;
- L'Uruguay Round - Perspectives et possibilités;
- Le libre-échange nord-américain - La dimension mexicaine; et
- L'environnement - Questions éminentes et politiques commerciales.

Au nombre des animateurs, participants aux colloques et conférenciers invités éminents figureront des sous-ministres adjoints d'Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et des secteurs de l'Europe et de l'Asie-Pacifique d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC); M. Philip W. Spayd, Commissaire régional, Services des douanes américaines; les présidents et p.d.g. de la Corporation commerciale canadienne (CCC) et de la Société pour l'expansion des exportations (SEE); M. Robert Brown, président, Bombardier Inc. - Groupe Canadair; Mme Carla Hills, représentante au commerce des États-Unis; M. John Weekes, négociateur en chef, Bureau des négociations commerciales trilatérales d'ACEC; et M. Don Olafson, vice-président principal, Nova Corporation of Alberta.

Pour tout renseignement sur le Congrès, communiquer avec Mme Jacqueline Miller; pour les inscriptions, communiquer avec Mme Laurie Chochinov, Association des exportateurs canadiens, 99, rue Bank, bureau 250, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

AU CALENDRIER

Montréal — 4 octobre; Toronto — 10 octobre — Ce colloque d'une journée sur la Hongrie, clé pour une Europe en mutation, dirigé par le ministre hongrois des Relations économiques internationales, M. Béla Kadar, présentera et expliquera les changements en cours dans le cadre de la restructuration de l'économie de la Hongrie, permettant aux participants d'avoir une vision plus approfondie des possibilités d'investissement dans les secteurs industriels clés. La séance du matin traitera de sujets tels le nouveau climat des affaires en Hongrie, la privatisation (un exemple à l'appui), et des exemples d'investissements réussis. L'après-midi sera consacré à des ateliers sectoriels sur les services bancaires et financiers, le développement immobilier, l'énergie et les ressources, les instruments médicaux et la biotechnologie, les télécommunications, et les logiciels informatiques. Les participants recevront un exemplaire du livre récent *Hongrie, un marché prometteur*. Colloque organisé par la Chambre de commerce Hongrie-Canada (CCHC), en coopération avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Pour tout renseignement ou pour s'inscrire, communiquer avec la CCHC, Centre national de coordination, 65, rue Murray, bureau 315, Ottawa. Tél. : (613) 236-8504. Télécopieur : (613) 237-7666.

Ottawa — 9-11 octobre — Les distributeurs et les exportateurs canadiens seront mieux préparés à affronter la concurrence internationale provenant de l'Europe, des États-Unis, du Japon et d'autres pays en participant à une série de colloques intensifs de trois jours sur la stratégie de commer-

cialisation, parrainés par l'Institut international de commercialisation et l'Institut canadien de commercialisation. Des experts canadiens dans le domaine des affaires et de la commercialisation internationaux offriront des colloques sur l'application de la gestion stratégique de la commercialisation qui permet d'analyser efficacement une

situation, de planifier, de mettre en oeuvre et d'évaluer des instruments servant à la commercialisation des produits et des services. Communiquer avec le coordonnateur du programme, Institut international de commercialisation, C.P. 7305, Ottawa K1L 8E4. Tél. : (613) 831-1052. Télécopieur : (613) 831-8452.

Publications

Il faudra faire une promotion dynamique pour percer sur le petit marché du bois de construction et des matériaux de construction en bois de la Corée. Mais les efforts valent amplement la peine car, comme on le prévoit, la demande dans ce secteur augmentera rapidement au cours des cinq prochaines années, selon une étude sur le marché coréen du bois de construction et des autres produits de construction en bois. L'étude globale énumère des créneaux, recommande des stratégies de commercialisation et fournit des renseignements sur les importateurs, les utilisateurs et les décideurs dans le domaine de l'utilisation du bois. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès de l'ambassade du Canada (qui l'a produite), P.O. Box 6299, Seoul 100-170, Republic of Korea. Télex : (code de destination : 801) 27425 (CANADA C). Télécopieur : (011-82-2) 755-0686.

Un répertoire intitulé *Directory of Canadian Firms Doing Business in Australia* a été publié par le consulat général du Canada à Sydney en collaboration avec la firme australienne, Kejash

P/L. On peut se procurer des exemplaires du répertoire, qui contient les noms de plus de 600 entreprises, auprès du Canadian Consulate General, 8th Floor, A.M.P. Centre, 50 Bridge Street, Sydney, New South Wales, Australia. Tél. : (011-61-2) 231-7022. Télécopieur : (011-61-2) 223-4230.

On peut se procurer les études suivantes : *Market Study on the Automotive Industry in Brazil* et *Report on Venezuelan Rules Governing Gold Mining*. Communiquer avec la Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5546. Télécopieur : (613) 943-8806.

Numéros à noter

Voici les coordonnées du nouveau bureau de l'ambassade du Canada à Hanoi : 39, rue Nguyen Dinh Chieu, Hanoi, Vietnam. Tél. : (84) 42-65840 et 42-65845. Télécopieur : (84) 42-65837.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Vol.9 N°16

1^{er} octobre 1991

Appels d'offres du gouvernement américain

Les entreprises canadiennes peuvent soumissionner des contrats relatifs à des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnement et Services Canada). Les appels d'offres seront lancés d'après le calendrier ci-dessous; la période de soumission se termine d'habitude 30 jours après la date de l'appel d'offres.

Produit : Matériel pour mini-ordinateurs et micro-ordinateurs — matériel, logiciels et périphériques.
L'appel d'offres est actuellement disponible — pour les entreprises qui vendent déjà sur le marché.
N° du projet : 70 B/C.
Renseignements : GSA Schedules Division, Gerald Cahalane, Washington, D.C., tél. : (202) 501-1993.

Produit : Matériel de photocopie électrostatique — Matériel, fournitures et services de photocopie.
Valeur prévue du contrat : 10 millions de dollars.
Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 36.
Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : janvier 1992.
Période du contrat : 1^{er} octobre 1990-30 septembre 1993.
N° du projet : 36 IV.
Renseignements : GSA Office Equipment Commodity Center, Philip Cohen, tél. : (703) 557-9270.

Produit : Systèmes de mobilier.
Valeur prévue du contrat : 175 millions de dollars sur trois ans.
Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 35.
Date du prochain appel d'offres : février 1992.
Période du contrat : 1^{er} octobre 1991-30 septembre 1996.

Pleins feux sur le Japon Voir pages 3-6

N° du projet : 71 II E.
Renseignements : GSA Office Equipment Commodity Center, Mark Oakey, tél. : (703) 557-3838.
Remarque : Cet appel d'offres est important et complexe; il peut comporter la mise à l'essai de produits et de la documentation. Par conséquent, il vaut mieux s'accorder le délai d'exécution le plus long possible.

Produit : Meubles de laboratoire.
Valeur prévue du contrat : 25 millions de dollars sur quatre ans.
Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 21.
Date du prochain appel d'offres : février 1992.
Période du contrat : 1^{er} février 1992-31 janvier 1996.
N° du projet : 66 II P.
Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Brenda Yates, tél. : (703) 557-39413.

Produit : Meubles divers — Bibliothèque.
Valeur prévue du contrat : 10,1 millions de dollars sur deux ans.
Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 19.
Date du prochain appel d'offres ou de la

prochaine période de soumission : mars 1992.
Période du contrat : 1^{er} septembre 1990-31 août 1995.
N° du projet : 71 III B.
Renseignements : GSA Furniture and Office Commodity Center, Carl Barbee, tél. : (703) 557-8440.

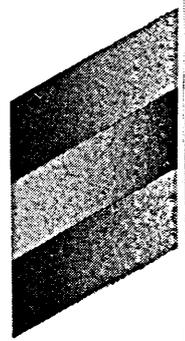
Produit : Meubles pour le traitement automatique des données.
Valeur prévue du contrat : 269,6 millions de dollars sur trois ans.
Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 98.
Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : mars 1992.
Période du contrat : 1^{er} avril 1991-31 mars 1996.
N° du projet : 71 III N.
Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Wanda Bowman, tél. : (703) 557-3783.

Produit : Divers — Meubles pour cafétéria et service alimentaire.
Valeur prévue du contrat : 140 millions de dollars.
Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 60.
Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : avril 1992.
Période du contrat : 1^{er} octobre 1990-30 septembre 1994.
N° du projet : 71 III L.
Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Don Neidig, tél. : (703) 557-5945.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour informations générales sur ce procédé d'approvisionnement, s'adresser à M^{me} Judith Bradt, ambassade du Canada à Washington (D.C.). Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

DANS CE NUMÉRO	
Débouchés commerciaux.....	3
Foires et salons sur l'éducation et l'aérospatiale.....	7
Au calendrier/Publications.....	8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Débouchés commerciaux

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

ESPAGNE (réf. : HID) — Une entreprise de services bien établie représente un client à Barcelone (spécialisé dans la conception, la construction et l'installation de petites centrales hydroélectriques) qui recherche des sociétés spécialisées dans le domaine de la **télématique et des systèmes de télémessure pour la surveillance et le contrôle de l'eau, du gaz et des réseaux électriques**. Pour commencer, la société ne désire recevoir qu'une brochure sur la technologie et les produits pour déterminer si ce qui est offert répond aux besoins de son client. Communiquer avec le représentant du client, Jaume Angerri, Technology Management Department, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003, Barcelona, Espagne. Tél. : 319 88 11. Télécopieur : 310 35 35.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise désire devenir l'agent exclusif pour la distribution à l'échelle nationale de **cartes de vœux (surtout non cursives), de matériel pour l'emballage de cadeaux, de pièces et d'accessoires de Noël ainsi que de produits connexes**. Communiquer avec Peter Fitzpatrick, Urban Imports Ltd., P.O. Box 58-401, Greenmount, Auckland, New Zealand.

Télécopieur : (09) 2740852.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société spécialisée dans la coutellerie désire devenir l'agent exclusif pour la distribution de **couteaux (surtout des couteaux de chef) et de matériel de chef (brochettes, broyeurs d'ail, vêtements et manuels de chef)**. Communiquer avec John Fryer, World of Cutlery, 49 Ponsonby Road, Ponsonby, Auckland, New Zealand. Télécopieur : (09) 766-384.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur et fournisseur de produits destinés aux fabricants de panneaux recherche des fournisseurs de **film en vinyle translucide** qui conviennent aux caractères tracés par ordinateur, pour utilisation sur des panneaux illuminés. Communiquer avec John Doherty, Doherty trading Ltd., P.O. Box 8497, Auckland, New Zealand. Télécopieur : (09) 307-6763.

SINGAPOUR — Des produits de santé, de consommation et des aliments naturels sont recherchés par Mr. Kesavan, Managing Director, Kesavan Engineering & Construction Pte Ltd., 320 Serangoon Road #04-39, Serangoon Plaza, Singapore 0821. Tél. : 298-6907. Télécopieur : 298-6874.

SINGAPOUR — Une entreprise com-

merciale désire importer du matériel ou une usine de transformation du bois d'oeuvre, une usine de pâte à papier et une centrale électrique industrielle (1 500 KW - 15 000 KW) (au bois, chaudière et turbine à vapeur). Communiquer avec Jeffrey Tan, Managing Director, de Vivanco (Asia) Trading Co. Pte Ltd., 50 Jalan Sultan #09-02, Jalan Sultan Centre, Singapore 0719. Tél. : 295-1479. Télécopieur : 298-9565.

SINGAPOUR — De la farine de blé, des fèves de soja et de l'encornet séché sont recherchés par David Lim, Director, Unigreat Resources Pte Ltd., Block 16 Wholesale Centre #01-99, Singapore 0511. Tél. : 776-0906. Télécopieur : 779-4239.

SINGAPOUR — On recherche des produits connexes (poubelles, accessoires de toilette); des articles de parcs et de paysage; des produits de consommation et des souvenirs. Communiquer avec Leslie Lim, Executive (Trading Division), Berkeley Cleaning Pte Ltd., Block 207 Henderson Road #03-03, Henderson Industrial Park, Singapore 0315. Tél. : 273-9788. Télécopieur : 278-0797.

SINGAPOUR — Une entreprise d'ingénierie désire importer des pièces de remorque et des enjoliveurs, des pièces pour camions à benne hydraulique. Communiquer avec Tan Peck Siong, Managing Director, Olympia Engineering Pte Ltd., 33 Cuff Road, Singapore 0820. Tél. : 292-7442/8726. Télécopieur : 291-0055. Télex : RS 34853 OLYENG.

SINGAPOUR — Une société recherche des tapis, des produits de mobilier intérieur et des matériaux de construction. Communiquer avec C.K. Chew, Managing Director, Consmat Singapore Pte Ltd., No. 5 Gul Crescent, Singapore 2262. Tél. : 861-3388. Télécopieur : 861-3388. Télex : RS34329 CONMAT.

CANADEXPORT

Rédacteur en chef :

René-François Désamoré

Rédacteurs: Louis Kovacs
et Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

ISSN 0823-3330

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Mission Wilson au Japon : promouvoir le commerce et les investissements

Lorsque le ministre du Commerce extérieur, M. Michael Wilson, visitera le Japon en novembre 1991, il mènera une mission commerciale et d'investissement de haut niveau qui explorera les nouvelles possibilités commerciales à Tokyo, Osaka, Fukuoka et dans d'autres régions du pays.

En 1990, le commerce bilatéral entre le Canada et le Japon a atteint 17,7 milliards de dollars. La visite de M. Wilson visera à étendre cette relation et à tirer parti de la libéralisation récente, par le Japon, de ses lois à l'importation et d'autres lois connexes.

M. Wilson inaugurerait aussi (le 8 novembre) le nouveau consulat du Canada à Fukuoka qui vise à aider les entrepreneurs canadiens à profiter des possibilités qui s'offrent sur les marchés régionaux florissants du Japon.

Fukuoka, qui compte 15 millions d'habitants, est considérée comme la "porte d'entrée vers l'Asie" et offre des possibilités immédiates aux exportateurs canadiens de produits forestiers, de matériaux de construction, de produits alimentaires transformés et de produits de consommation.

Plus précisément, M. Wilson et la mission viseront à :

- promouvoir le commerce et l'échange de technologie, le tourisme et l'investissement;
- sensibiliser les entreprises canadiennes aux possibilités qui s'offrent sur les marchés régionaux au Japon; et
- mettre en évidence des exemples d'entreprises conjointes ou de ventes de haute technologie couronnées de succès au Japon.

La mission ira aussi dans des régions choisies pour examiner, sur place, les possibilités dans les secteurs du commerce et de l'investissement. Voici, entre autres, les régions (les secteurs d'intérêt sont indiqués entre parenthèses) que visitera la délégation :

- Osaka (produits de construction, lo-

gement);

- Hiroshima (pièces d'automobiles);
- Sapporo (tourisme);
- Nagoya (machines et matériel); et
- Sendai (produits de la pêche et produits alimentaires).

En même temps (et avant d'aller en Corée), M. Wilson fera la promotion des intérêts commerciaux du Canada au cours de rencontres avec le premier ministre du Japon, M. Kaifu, et

avec les ministres du Commerce extérieur et de l'Industrie, des Affaires extérieures, du Transport et du Tourisme, de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches, et de la Science et de la Technologie.

Des renseignements supplémentaires sur les relations commerciales entre le Canada et le Japon sont fournis dans ce supplément "Pleins feux sur le Japon" de *CanadExport*.

Les touristes japonais rapportent des millions au Canada

Une série de manifestations commerciales et culturelles canadiennes au Japon font de 1991 l'« année du Canada au Japon ».

Outre l'ouverture officielle de la nouvelle ambassade du Canada à Tokyo en mai par le premier ministre, M. Brian Mulroney, 1991 marque un autre événement important : le 25^e anniversaire de l'ouverture (le 1^{er} septembre 1966) du premier bureau de tourisme du gouvernement canadien à Tokyo.

Depuis, la promotion du tourisme japonais au Canada n'a jamais cessé : les entreprises canadiennes ont fait la promotion du Canada au Japon; les compagnies aériennes canadiennes desservent le marché japonais depuis 42 ans; et les agents commerciaux japonais travaillant au Canada ont un engagement à long terme pour la promotion du Canada comme destination touristique pour les Japonais.

Le nombre de touristes a considérablement augmenté depuis l'inauguration en 1966 du premier bureau touristique : le nombre total de Japonais qui ont voyagé au Canada en 1990 était de 474 000; le Japon se range donc au deuxième rang comme source la plus importante de touristes étrangers.

Les Japonais dépensent plus d'argent par personne au Canada que n'importe quels autres touristes étrangers. Ils ont dépensé environ 314 millions de dollars (prix des billets d'avion non compris) pendant leurs visites au Canada en 1990. D'ici à 1995, on s'attend à ce qu'environ un million de touristes japonais visitent le Canada, ce qui aidera à renforcer l'économie canadienne et contribuera à créer des emplois directs à plus de 600 000 Canadiens (chiffres de 1990).

Études de marché sur le Japon

La Direction de l'expansion du commerce avec le Japon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (EAITC) continue à élaborer sa série étendue d'études de marché pour ce qui est des possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes au Japon. Des rapports plus récents encouragent les entrepreneurs canadiens à viser au-delà des marchés traditionnels de Tokyo et à explorer les principaux marchés régio-

naux au Japon, qui deviennent de plus en plus importants.

Voici les titres (code de référence entre parenthèses) des études qui peuvent être commandées auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 8 pour passer une commande).

Le marché des oeufs de hareng de l'Atlantique (60CE); Le marché des préparations pour boulangerie et pâ-
(Voir page 4 : Études de marché.)

Calendrier des manifestations au Japon

Un certain nombre de foires commerciales, de missions et de colloques (certains confirmés, d'autres prévus) concernant le Japon, et susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens, auront lieu pendant les mois prochains.

Voici quelques-unes des manifestations, auxquelles participeront Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), les bureaux commerciaux du Canada au Japon et d'autres ministères :

- **Mission de pièces d'automobiles** — 21-25 octobre 1991. But : augmenter les exportations canadiennes au Japon et d'encourager les entreprises de montage japonaises à s'approvisionner en Amérique du Nord; promouvoir les investissements japonais dans l'industrie canadienne des pièces d'auto au moyen d'entreprises conjointes, de transfert de technologie et d'accords de licences. Communiquer avec M. John Wayne Hall (AECEC). Tél. : (613) 996-2463. Télécopieur : (613) 943-8286.
- **Tokyo Motor Show** — 26 octobre-8 novembre 1991. Le Canada participera à cette foire commerciale semestrielle avec un pavillon qui mettra l'accent sur la compétitivité de l'industrie canadienne des pièces d'automobiles. Communiquer avec M. John Wayne Hall aux numéros indiqués plus haut.
- **Space Canada'91 (mission de l'industrie spatiale et symposium technique)** — 28 octobre-8 novembre 1991.

Tokyo. But : encourager davantage le commerce, les entreprises conjointes, la collaboration en matière de recherche et de développement et la coopération industrielle; et présenter les nouvelles entreprises canadiennes au marché japonais et fournir à l'industrie et au gouvernement japonais une mise à jour des activités actuelles et futures canadiennes dans l'espace. Communiquer avec Mme Cathy Patton. Tél. : (613) 995-8596. Télécopieur : (613) 943-8286.

- **Mission du ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur (M. Michael Wilson) au Japon** — 4-8 novembre 1991. Tokyo et Osaka. Communiquer avec Mme Cathy Patton aux numéros indiqués plus haut.
- **Colloques régionaux sur le matériel de scierie** — 11-21 novembre 1991. But: présenter à l'industrie japonaise de la scierie la technologie avancée mise au point par les fabricants canadiens. Communiquer avec M. John Wayne Hall aux numéros indiqués plus haut.
- **Kanata'91** — 18-21 novembre 1991. Matsushima. C'est la deuxième manifestation annuelle qui réunira des vendeurs canadiens et des acheteurs japonais dans le domaine de l'industrie du voyage. Cet événement coïncidera avec le 25^e anniversaire de la promotion par

le Canada du tourisme japonais au Canada. Communiquer avec Mme Cathy Patton aux numéros indiqués plus haut.

- **Troisième colloque et mission technique Canada-Japon sur l'industrie des communications** — 24-30 novembre 1991. Tokyo. Le colloque et les visites dans le secteur industriel, entre autres, permettront d'explorer les possibilités de partenariat stratégique, la mise au point conjointe de produits de classe mondiale, et d'améliorer les relations commerciales entre le Canada et le Japon. Communiquer avec Mme Sandra Neidy. Tél. : (613) 996-2460. Télécopieur : (613) 943-8286.
- **Leisure and Recreation'92** — 11-14 mars 1992. Sunshine City Exhibition Centre, Tokyo (kiosque d'information). Au Japon, la demande de produits dans les domaines des loisirs et de la récréation devrait plus que doubler pour atteindre un billion de dollars d'ici à l'an 2000. Ce salon offrira aux entreprises canadiennes la possibilité d'exposer leurs produits sur ce marché lucratif. Communiquer avec M. Garnet Richens, AECEC. Tél. : (613) 995-1677.

Pour tout renseignement sur ces activités ou d'autres qui auront lieu au Japon, ou sur des missions japonaises au Canada, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce au Japon. Tél. : (613) 995-1281. Télécopieur : (613) 943-8286.

Études de marché sur le Japon

(Suite de la page 3.)

tisserie (61CB); Le marché du saumon de C.-B. (64CB); Le marché de l'eau embouteillée (63CB); Le marché des appareils d'imagerie diagnostique et des implants (114CB); Le marché de détail des aliments et des boissons (76CE); Le marché du matériel de transformation des aliments (65CB); Le marché de la restauration (66CE); Le marché des jus de fruits (67CB); Fukuoka et Kyushu (113CB); Le marché du nautisme (70CB); Le marché des produits de menuiserie (71CB); Le

marché de champignons (89CB); Nagoya et Tokai (112CB); Osaka et Kansai (58CB); Le marché du matériel océanologique (100CB); Le marché des machines d'emballage (69CB); Le marché de la tourbe de sphaigne (72CB); Le marché des aliments pour animaux de compagnie (73CB); Le marché de la luzerne et du foin transformé (75CB); Le marché des viandes transformées (75CB); Le marché des oursins (77CB); Le marché du logiciel (78CB); Le marché des portes et des fenêtres (79CE).

Dans cette série, d'autres études devraient être disponibles au milieu du mois d'octobre, soit : Le marché du matériel de garage; Le marché de l'approvisionnement public; et Le marché des produits laminés. Trois autres études de marchés régionaux sont en cours de préparation : Sapporo/Hokkaido; Hiroshima/Chugoku; et Sendai/Tohoku.

Pour tout renseignement sur le Japon, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. : (613) 995-1281. Télécopieur : (613) 943-8286.

Grand salon de produits alimentaires au Japon

Tokyo — Les producteurs canadiens de produits alimentaires et de boissons de bonne qualité à prix concurrentiels ont la possibilité de percer ou de s'étendre sur les marchés japonais et asiatiques entre les 10 et 14 mars 1992.

Ce sont les dates de la **17th International Food & Beverage Exhibition (Foodex Japan '92)** à la Nippon Convention Centre, à Makuhari Messe, en banlieue de Tokyo.

Cette foire commerciale sans égal, susceptible de fournir d'excellents débouchés dans le domaine de l'alimentation en Asie et dans la région du Pacifique (population : 1,1 milliard), marquera la treizième année où Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) y participera.

Avec plus de 2 000 visiteurs attendus de la région du Pacifique (surtout Taiwan, la Corée du Sud, Hong Kong, la Thaïlande et Singapour), **Foodex** sert aussi de moyen principal pour disséminer l'information partout en Asie.

En 1991, **Foodex** a attiré 85 000 spécialistes (qui font directement affaires avec les fournisseurs étrangers) représentant des entreprises de distribution, de grossistes et d'importation; des grands magasins, des supermarchés et d'autres points de vente; ainsi que des sociétés de production et de transformation des aliments.

En 1990, les importations de produits alimentaires et de boissons du Japon ont atteint 40 milliards de dollars US et cette tendance est susceptible de se poursuivre pour plusieurs raisons : le Japon a amélioré son système de distribution; sa loi sur les magasins de vente au détail sur une grande échelle a été révisée, prévoyant l'exposition accrue des produits; les restrictions relatives à l'établissement de dépanneurs ont été libéralisées; et on prévoit que la réforme de l'octroi de licences relatives aux vins et aux spiritueux entraînera l'ouverture de 5 000 nouveaux magasins de vins et de spiritueux d'ici 1994 et permettra à 200 grands magasins de vente au détail de stocker ces boissons.

Ce qui est aussi remarquable, ce sont les importations accrues de boissons, y compris le jus de pomme, le café ordinaire, le jus d'orange et d'autres agrumes. Les restrictions relatives aux importations de produits laitiers ont aussi été supprimées, aussi la crème glacée est devenue le produit dont l'importation a augmenté le plus rapidement pendant la deuxième moitié de 1990.

Les fruits de mer continuent à afficher une croissance régulière, en particulier la roque de hareng, la morue et le hareng. Des importations de fruits de mer tels que les crevettes (en tête d'une liste de 30 articles alimentaires principaux importés), le saumon et la truite (7°), le thon (8°); des produits agricoles tels que le maïs (2°), la fève soya (5°), et le blé (6°); ainsi que des viandes telles que le boeuf (3°) et le porc (4°) augmentent tous actuellement. Dans les années 1990, en raison de l'augmentation des revenus et du temps consacré aux loisirs, les Japo-

nais se préoccupent davantage de la qualité et de la salubrité des produits alimentaires. En outre, pour des raisons sociales, des produits tels que les pâtes et les salades, les mets à emporter et les aliments cuits à l'avance et congelés sont plus en demande. La cuisine ethnique et les produits alimentaires à la mode sont aussi de plus en plus populaires.

A **Foodex**, les produits exposés couvrent la gamme entière : aliments pour bébés, gâteaux secs, pain, produits laitiers, aliments gastronomiques, fines herbes, viandes, soupes, sauces, poisson, volaille, gibier, bière, brandy, spiritueux, vins, boissons gazeuses, eau minérale, café, thé, cacao et jus de fruit.

Pour plus d'informations sur **Foodex Japon '92**, s'adresser à M. Greg Bates, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. : (613) 995-8619. Télécopieur : (613) 943-8286.

Entreprises recherchées pour le salon de l'alimentation à Osaka

Osaka — Jusqu'à 12 exposants canadiens (surtout ceux qui viennent de percer sur le marché et ceux qui offrent de nouveaux produits) sont recherchés pour participer à l'**Osaka Solo Food Show** (salon canadien de l'alimentation d'Osaka), qui se tiendra dans cette ville japonaise les 16 et 17 mars 1992.

La manifestation vise surtout à aider les entreprises qui ont commencé à exporter vers le marché de Kansai (qui devient de plus en plus important), situé dans la partie ouest-centrale du Japon, et à les présenter à des agents, importateurs et distributeurs éventuels.

Pour la septième fois en cinq ans, la manifestation, qui correspond avec la participation canadienne à **Foodex Japan '92** (pour profiter de la présence d'exportateurs canadiens), est parrainée par le consulat général du Canada à Osaka.

Au dernier salon d'Osaka, en mars,

les 19 exposants du Canada ont attiré 399 visiteurs commerciaux et engendré 4,3 millions de dollars de ventes sur place et prévues sur 12 mois.

Plus de 250 contacts utiles ont été établis et 95 possibilités de vente.

Les produits canadiens qui se vendaient le mieux étaient le boeuf, la bière, l'eau, les palourdes et le café glacé — produits susceptibles d'être aussi importants au salon de 1992, ainsi que le saumon frais, les crustacés, le porc, les légumes, divers produits laitiers, les boissons gazeuses, les jus et les boissons alcoolisées.

Pour tout renseignement sur le salon d'Osaka, communiquer avec M. Greg Bates, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-8619. Télécopieur : (613) 943-8286.

Possibilités illimitées sur le marché des produits de la pêche au Japon

Le marché des produits de la pêche au Japon offre des débouchés illimités aux exportateurs canadiens. Tout ce qu'ils devraient faire pour accroître leur part du marché, c'est de s'adapter aux tendances en évolution au Japon.

Une telle tendance, c'est que le Japon importe de plus en plus des produits transformés (en particulier, des produits à valeur élevée et à valeur ajoutée) au lieu d'importer des produits de la pêche non transformés.

Pour accroître leur part du marché, les exportateurs canadiens des produits de la pêche devront entreprendre une recherche approfondie du marché et adapter leurs produits en conséquence.

Ce sont quelques-unes des constatations des agents commerciaux canadiens en poste au Japon.

Le Japon est le deuxième plus important marché pour les produits de la pêche canadiens, une situation qui se poursuivra dans les années 1990.

Entre 1980 et 1990, les importations de produits de la pêche par le Japon ont augmenté de 187 %, ce qui fait que les produits de la pêche sont l'un des secteurs qui croissent le plus rapidement au pays.

De ce pourcentage, le Canada a conservé une part de 5 % (d'une valeur approximative de 575 millions de dollars en 1990), ce qui représente une augmentation de 308 millions de dollars US par rapport à 1985.

En 1990, le volume des produits de la pêche canadiens exportés au Japon a augmenté de 1,9 %, mais la valeur de ces exportations a augmenté de 9,7 % (CIF).

En 1991, les exportations de produits de la pêche pourraient diminuer (en raison d'un excédent de certaines espèces : roque de hareng, capelan, saumon); cependant, à long terme, les exportations de produits canadiens de la pêche au

Japon continueront à augmenter.

Étant donné que les produits de la pêche canadiens "ont une excellente réputation" sur le marché japonais, et compte tenu d'un certain nombre de facteurs (la valeur du yen, les goûts des consommateurs en évolution, la libéralisation des importations), les agents commerciaux canadiens prévoient :

- l'augmentation de la demande d'autres produits de la pêche

transformés ou de repas prêts à mettre au four (filets de poisson plutôt que poisson entier);

- l'augmentation rapide de la demande de crustacés (homard);

- la croissance d'un marché relativement nouveau (où les possibilités sont étendues) d'espèces insuffisamment exploitées (merlu, morue du Pacifique occidental);

- l'augmentation de la concurrence (en raison de l'utilisation de l'aquaculture par les Japonais) pour les exportateurs canadiens (surtout pour

Le personnel de la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon d'AECEC

Voici le personnel et leurs domaines de responsabilité à la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) :

Peter Campbell, directeur : Stratégie commerciale pour le Japon. Tél. : (613) 995-8985.

Phil Holton, Analyse et stratégie : Relations entre le Japon et les États-Unis; relations entre le Japon et la Communauté européenne; questions relatives à l'accès commercial. Tél. : (613) 995-1282.

Peter Furesz, directeur adjoint : Direction générale de l'expansion du commerce; liaison avec les groupes commerciaux, y compris le Canada-Japan Business Council (CJBC), le Conseil canadien des chefs d'entreprises, l'Association des exportateurs canadiens (AEC), l'Office japonais du commerce extérieur (JETRO) et le Conseil commercial Canada-Japon. Tél. : (613) 996-2458.

Cathy Patton : Programme de développement des investissements; haute technologie (défense, aérospatiale, biotechnologie, technologie des matériaux industriels de pointe); promotion du tourisme. Tél. : (613) 995-8596.

Sandra Neidy : Industries des communications et de l'information; électronique; industries de la mode; industries culturelles; publications. Tél. : (613) 996-2460.

John Wayne Hall : Industrie automobile; produits forestiers et de construction; matériel et technologies de l'environnement. Tél. : (613) 996-2463.

Greg Bates : Agriculture et produits alimentaires. Tél. : (613) 995-8619.

Garnet Richens : Produits de consommation; pêches. Tél. : (613) 995-1677.

Le numéro de télécopieur commun est le (613) 943-8286.

le saumon), mais aussi l'augmentation des débouchés pour les éleveurs de poisson canadiens car ces produits seront plus acceptés;

- l'intervention possible des Japonais dans la transformation du poisson au Canada, au moyen de prises de contrôle ou d'entreprises conjointes. Un tel fait nouveau devrait avoir des incidences positives sur l'industrie de la transformation du poisson au Canada;

Les possibilités qui s'offrent aux Canadiens sur ce marché florissant ne sont limitées que par la capacité de l'industrie canadienne de réagir à ces importantes tendances du marché.

Pour tous renseignements sur l'exportation de produits de la pêche au Japon, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-1281. Télécopieur : (613) 943-8286.

Exposition sur l'enseignement à Singapour

Singapour — Les entreprises et les établissements canadiens sont invités à participer au **5th International Education, Training and Careers Exhibition** qui se tiendra au Singapore World Trade Centre, du 5 au 8 décembre 1991.

D'après un rapport du haut-commissariat du Canada à Singapour, cette manifestation annuelle attire plus de 100 exposants locaux et étrangers et plus de 30 000 visiteurs pendant les quatre jours de sa durée. Les exposants représentent des établissements de l'enseignement de troisième niveau, des institutions polytechniques, des collèges, des écoles commerciales, des établissements d'enseignement par correspondance, des écoles hôtelières, des écoles qui enseignent la restauration, qui offrent de la formation professionnelle et industrielle, ainsi que des organismes de formation gouvernementaux.

Pour plus de détails ou des brochures sur le salon, communiquer avec les organisateurs, Miss Y.L. Wong, International Trade Fairs (S) Pte Ltd., 1 Maritime Square, 09-20 World Trade Centre, Singapore 0409. Tél. : (011-65) 278-9166. Télécopieur : (011-65) 274-8670.

Programmes d'aide à l'exportation

Les exportateurs qui cherchent des informations utiles peuvent maintenant consulter *Programmes d'aide à l'exportation - Guide des programmes d'aide à l'exportation des gouvernements fédéral et provinciaux et du secteur privé*. Ce guide, préparé par la Banque royale du Canada, est disponible auprès de Mme Winnie Au, à la Banque royale du Canada à Toronto. Tél. : (416) 974-6213. Télécopieur : (416) 974-8240.

Salon de l'aérospatiale du Chili porte sur l'Amérique latine

Santiago — On encourage les fournisseurs canadiens du deuxième niveau ou des sous-traitants de matériel aérospatial à participer au pavillon canadien à **FIDAE'92**, qui se tiendra dans la capitale du Chili, du 8 au 15 mars.

Inauguré en 1980, le salon, qui se tient, depuis, tous les deux ans, est considéré comme l'un des meilleurs moyens pour les entreprises qui désirent pénétrer le marché de l'aérospatiale en Amérique Latine et explorer les possibilités qui existent dans ce secteur.

En général, la participation du Canada était limitée, mais une société qui a participé à chaque salon depuis 1980 indique qu'elle « était très satisfaite des résultats ».

Au prochain salon, les exposants canadiens seront probablement aussi satisfaits car le pavillon d'Affaires exté-

rieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) sera situé stratégiquement en vue de tirer le meilleur parti du grand nombre de visiteurs de haute qualité qui viennent de presque tous les pays d'Amérique latine.

Au salon de 1990, il y avait 24 pavillons nationaux comprenant 176 entreprises. Jusqu'à 34 délégations militaires étrangères de haut niveau, y compris 7 de pays sud-américains, sont venues observer et négocier.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou des détails sur la présentation d'une demande ou la participation à **FIDAE'92**, communiquer avec M. Paul Schutte, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Télécopieur : (613) 943-8806.

Modification des tarifs au Venezuela

Des modifications qui pourraient profiter aux exportateurs canadiens ont été apportées aux tarifs douaniers, au Venezuela.

Les modifications principales visent les produits suivants :

Les produits finis — Les droits de douane ad valorem maximaux sont de 40 % (à l'exception des automobiles et des spiritueux, pour lesquels les droits ad valorem continuent à être 50 %).

Les matières premières et les biens de production — Le droit est de 5 % lorsque le produit n'est pas fabriqué dans l'un des pays andins (autrement, le droit est de 10 %).

Les produits intermédiaires — Le droit est de 20 % ou de 30 %, selon la qualité du traitement. Toutefois, cela ne s'applique pas aux produits pétrochimiques qui sont inclus dans les programmes d'intégration industrielle, où le droit est de 15 %.

Les articles de luxe — Les interdictions d'importer ces produits sont éliminées et remplacées par un droit ad valorem de 40 %.

Les produits de sport — Le droit est de 20 %.

Le droit sur les cargaisons et les véhicules de transport en commun est de 30 %. Les livres techniques et scientifiques, les instruments musicaux et les oeuvres d'art originales sont exempts du droit.

Pour de plus amples renseignements sur ces modifications des tarifs douaniers, communiquer avec M. Tom Bearss, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

AU CALENDRIER

Toronto — 16 octobre — Les personnes qui participent au développement stratégique de leur organisme et qui désirent mieux les affaires en utilisant mieux les systèmes de technologie de l'information trouveront très intéressante la Conférence sur la gestion de l'information organisée par Le Conference Board du Canada sur le thème "Cutting Across Boundaries: The Power of Cross-Functional IT Systems. Communiquer avec Mme Dina Derenzis, Le Conference Board du Canada, Ottawa. Tél. : (613) 526-3280. Télécopieur : (613) 526-4857.

Ottawa — 16 octobre — La conférence sur le thème "Doing Business in Mexico: The Free Trade Challenge (Legal and Trade Aspects)" comportera des conférenciers qui fourniront aux exportateurs canadiens des stratégies qui les aideront à réussir sur le futur marché de l'Amérique du Nord, qui comptera 375 millions de consommateurs. Pour tous renseignements (frais d'inscription : 200 \$), s'adresser à la Faculté de droit de l'Université d'Ottawa. Tél. : (613) 564-7195.

Toronto — 22-23 octobre — Au cours du salon Industrial Minerals'91, les producteurs, distributeurs et consommateurs discuteront des changements ayant lieu dans les régimes de l'offre et de la demande — surtout en ce qui concerne les industries des pâtes et papiers, de la construction, de la métallurgie, et les producteurs de pierres naturelles et synthétiques. Le nombre de vitrines-tables pour l'exposition de la documentation et d'échantillons est limité. Communiquer avec Blendon Information Services, Willowdale (Ont.). Tél. : (416) 223-5397. Télécopieur :

(416) 223-5397/225-9297.

Toronto — 24-25 octobre — "Making Letters of Credit Work for You" est le thème d'un colloque de deux jours qui aidera les exportateurs et les entreprises dans le commerce international à acquérir des connaissances et des compétences dans l'analyse des lettres de crédit et la compréhension des documents exigés; à effectuer des transactions sans erreurs et à recevoir rapidement le paiement des lettres de crédit. S'adresser à ITC International Trade Consultants, North York (Ont.). Tél. et télécopieur :

(416) 733-8236.

Richmond (C.-B.) — 28 octobre; **Ottawa** — 30 octobre; **Montréal** — 31 octobre — Colloques sur la manière dont les entrepreneurs canadiens en aérospatiale peuvent obtenir des contrats du gouvernement fédéral des États-Unis, d'une valeur de plusieurs milliards de dollars. Communiquer avec Mme Judith A. Bradt, agent commercial, ambassade du Canada, Washington (D.C.). Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

Publications

Il existe de nombreuses possibilités pour les fabricants canadiens d'articles de sport et de loisir, qui désirent exporter leurs produits vers le florissant marché de la consommation au Mexique. C'est ce qu'on trouve dans *Étude du marché mexicain des articles de sport et des produits de loisir* (#29 LF), qui indique aussi que l'ensemble du marché mexicain d'articles de sport et de loisir se chiffrait, en 1989, à 226,1 millions de dollars. D'ici 1994, la demande devrait atteindre 301 millions de dollars. Toutefois, le Canada n'a exporté d'articles de sport et de loisir que pour une valeur totale de 92 000 \$ en 1988 et de 390 000 \$ en 1989! D'après le rapport, mieux connaître le marché pourrait aider les exportateurs canadiens à augmenter ces chiffres. Pour obtenir un exemplaire du rapport, communiquer avec Info Export.

Des études de marché sur le secteur du pétrole et du gaz dans divers pays de

l'Amérique du Sud ont été préparées par les consulats et ambassades du Canada dans cette partie du monde. On peut se procurer les rapports individuels, portant sur le *Brésil, le Chili, la Colombie et l'Équateur*, auprès de la Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5546. Télécopieur : (613) 943-8806.

Un répertoire intitulé *Directory of Canadian Firms Doing Business in Australia*, a été publié par le consulat général du Canada à Sydney en collaboration avec la firme australienne, Kejash P/L. On peut se procurer des exemplaires du répertoire, qui contient les noms de plus de 600 entreprises, auprès du consulat général du Canada, 8th Floor, A.M.P. Centre, 50 Bridge St., Sydney, New South Wales, Australia. Tél. : (011-61-2) 231-7022. Télécopieur : (011-61-2) 223-4230.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Vol.9 N°17

15 octobre 1991

Prix d'excellence à l'exportation

Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, a remis le Prix d'excellence à l'exportation canadienne pour 1991 aux sociétés suivantes :

- Alias Research Inc., Toronto (Ont.);
- Ballard Battery Systems Corporation, Vancouver (C.-B.);
- Banque canadienne impériale de commerce, Division du financement du commerce extérieur, Toronto (Ont.);
- Bell Helicopter Textron (une division de Textron Canada Ltd.), St. Janvier (Qué.);
- COM DEV, Cambridge (Ont.);
- Fishery Products International Limited, St. John's (T.-N.);
- Ganong Bros., Limited, St. Stephen (N.-B.);
- ISG Technologies Inc, Mississauga (Ont.);
- New Flyer Industries Limited, Winnipeg (Man.);
- Palliser Furniture Ltd., Winnipeg (Man.);
- Prairie Malt Limited, Biggar (Sask.);
- Pratt & Whitney Canada Inc., Longueuil (Qué.);
- Semex Canada, Guelph (Ont.);
- SR Telecom Inc., St. Laurent (Qué.);
- et
- Velan Inc., Montréal (Qué.).

Comment faire des affaires avec l'UNICEF

Le Fonds des Nations-Unies pour l'Enfance (UNICEF) est la plus grande organisation d'approvisionnement des Nations-Unies.

A son siège de la division des approvisionnements à Copenhague, l'UNICEF a acheté des produits d'une valeur de 305 millions de dollars US en 1990?

Le Canada est un donateur principal à

éventuel pour vous auprès de l'UNICEF et comment vous pourriez l'explorer.

Le Canada et l'UNICEF

Le Canada est un donateur principal à l'UNICEF. En 1990, nous avons fait le don de ce qui équivaut à 49,9 millions de dollars US, c'est-à-dire 7,7 % des contributions non restreintes de tous les pays. Les sociétés canadiennes ont obtenu des contrats d'une valeur de 7,2 millions de dollars US, c'est-à-dire 2,4 %. Les produits achetés au Canada comprenaient notamment des vaccins, des vitamines, des fournitures d'hôpitaux, des émetteurs-récepteurs radio, des produits informatiques de consommation et d'autres fournitures.

Domaines d'activité

Les programmes profitant aux enfants et aux femmes dans les domaines des soins de santé primaire, de l'enseignement primaire, de l'approvisionnement en eau potable et de l'assainissement, ainsi que des abris, constituent les principaux domaines d'activité d'UNICEF. On met l'accent sur la fourniture de services de base dans ces secteurs.

Division des approvisionnements

Le lieu d'achat principal se situe à Copenhague. Il existe aussi un petit groupe d'achats situé au Siège de l'UNICEF à New York. L'autorité (Voir page 4 : Étapes.)

DANS CE NUMÉRO

La CCC aide le exportateurs	3
Débouchés commerciaux	5
L'Europe de 1992 : au calendrier	6
Foires et salons commerciaux	7-8
Appels d'offres aux États-Unis	9
Études de marchés	11

l'UNICEF, cependant les entreprises canadiennes n'y ont fourni que peu de produits.

Votre firme a-t-elle fourni des produits ou des services dans le cadre de projets de l'Agence canadienne de développement international (ACDI)? Si oui, cela pourrait vous donner une certaine idée des besoins de l'UNICEF.

Les lignes directrices et les renseignements généraux suivants aideront à déterminer s'il y aurait un marché

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

Min. des Affaires extérieures

OTTAWA

OCT 10 1991

La présence du Canada s'accroît dans le monde

MISSIONS :	NOMBRE DE MISSIONS		NOMBRE DE VENTES A L'EXPORTATION	VALEUR DES VENTES A L'EXPORTATION (M\$)
	TOTAL	RAPPORTS		
AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT	17	12	44	84
ASIE-PACIFIQUE	19	17	136	554
EUROPE & MULTILATERALE	27	25	127	516
AMERIQUE LATINE/ANTILLES	14	14	78	96
ÉTATS-UNIS	13	11	235	283
TOTAL	90	79	620	1533

La représentation officielle du Canada dans le monde est passée de 283 postes en 1987 à 306 à présent.

Plus d'un tiers (117) de cette présence à l'échelle mondiale consiste en des missions — ambassades, hauts- (Voir page 8 : La présence.)

Canada

Les négociations trilatérales sur le libre-échange vont bon train

Les négociations en vue de conclure un Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) avec les États-Unis et le Mexique, lancés en février dernier, vont bon train.

C'est ce qui ressort du document *Négociation de l'Accord de libre-échange nord-américain : Rapport d'étape*.

Voici certains des objectifs généraux du Canada dans ces négociations :

- obtenir le libre-accès au marché mexicain pour les biens/services canadiens;
- obtenir un meilleur accès au marché américain dans des secteurs tels les services financiers, les marchés publics;
- obtenir de meilleures conditions pour les alliances stratégiques que les entreprises canadiennes peuvent conclure en Amérique du Nord;
- instaurer un mécanisme de règlement des différends équitable et rapide.

Six grands groupes de négociation ont été créés (les trois premiers étant sous-divisés en sous-groupes, tel qu'indiqué ci-dessous) pour permettre aux trois pays la possibilité d'examiner certains dossiers en profondeur :

I Accès aux marchés : a) obstacles tarifaires et non tarifaires; b) règles d'origine; c) marchés publics; d) agriculture; e) automobiles; et f) autres secteurs industriels (énergie, textiles et

vêtements, etc.)

II Règles commerciales : a) sauvegardes; b) subventions et recours commerciaux; et c) normes (sanitaires et phytosanitaires, hygiène alimentaire, normes relatives aux produits industriels, etc.)

III Services : a) principes; b) services financiers; c) assurances; d) transports terrestres; e) télécommunications; f) autres services

IV Investissement

V Propriété intellectuelle

VI Règlement des différends

La plupart des groupes de négociation se sont réunis trois fois.

Dans la prochaine étape des négociations, on préparera des textes dont l'échange se fera sans doute d'ici à la fin du mois d'octobre.

Côté canadien, les chefs des groupes de travail sont également en consultation avec les provinces, le milieu des affaires, des chercheurs et le grand public, par le biais de mécanismes de consultation entre le gouvernement fédéral et les provinces, et par le biais du Comité consultatif sur le commerce extérieur (CCCE) et au sein des Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCE).

La prochaine réunion des ministres du Commerce extérieur des trois pays aura lieu du 26 au 28 octobre, à Zacatecas (Mexique).

Pour obtenir un exemplaire du document (qui comprend des annexes), communiquer avec Info Export (voir encadré au bas de la page 12).

Demandes suspectes du Nigeria

Le Nigeria peut être un marché attrayant pour les entreprises canadiennes; toutefois, il faut être prudent avant d'établir une relation d'affaires avec un client nigérian inconnu.

Récemment, les firmes étrangères ont reçu un grand nombre de demandes « suspectes » provenant du Nigeria, dans lesquelles on tente souvent d'entraîner l'entreprise ou le particulier im-

prudent dans des activités commerciales pouvant être frauduleuses.

Tout en encourageant l'établissement de nouvelles relations commerciales entre le Canada et le Nigeria, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) n'en recommande pas moins au client canadien de s'assurer qu'il connaît bien son client nigérian.

Les Centres du commerce international dans les villes principales au Canada possèdent des renseignements généraux sur les genres d'« escroqueries » dont AECEC est au courant. Ils peuvent fournir des suggestions sur la manière de vérifier la bonne foi de partenaires commerciaux nigériens éventuels.

On recommande aux entreprises canadiennes auxquelles des sociétés ou des particuliers nigériens demandent l'établissement d'un certain genre de relations commerciales suspectes de prendre contact avec la police ou l'unité de lutte contre la fraude de la GRC de leur région. Ces dernières enverront les documents à Interpol (les autorités du Nigeria collaborent avec Interpol).

CANADÉXPORT

Rédacteur en chef :

René-François Désamoré

Rédacteurs : Louis Kovacs
et Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Télex : 053-3745 (BPT).

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

ISSN 0823-3330

CANADÉXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à : CANADÉXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

La CCC offre un coup de pouce à l'exportation

Il existe une entreprise canadienne qui ne vend rien au Canada, mais dont les ventes à l'étranger se situaient à 595 millions de dollars, dont 475 millions de dollars aux États-Unis seulement, dans son dernier exercice financier.

Cette entreprise, c'est la Corporation commerciale canadienne (CCC). Au 152^e rang du classement des 500 plus grandes entreprises canadiennes d'après le *Financial Post*, la CCC a été fondée en 1946 pour favoriser le développement des échanges canadiens avec les autres pays. Sous la gouverne de son pdg, M. Hugh Mullington, cette société d'État joue un rôle unique et important et aide les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence internationale.

Omatech Services Ltd. de Mississauga (Ont.) a la certitude que la CCC est la clé de sa réussite, sur les plans tant national qu'international. Omatech est le seul fabricant canadien de tours parallèles et de tours informatisés à commandes numériques et l'une des rares entreprises d'Amérique du Nord fabriquant cette machinerie de haute précision.

« Nous n'aurions jamais pu démarrer sans la CCC. »

Omatech a été créée en 1987 par les employés de la Standard Modern, qui ont versé leurs économies dans la nouvelle entreprise, au moment où certains signes indiquaient que la Standard Modern fermerait ses portes. Quatre ans plus tard, Omatech donne du travail à 60 employés hautement qualifiés, possède une usine à Mississauga et a pris de l'expansion en installant une usine de fabrication à Winkler (Manitoba).

« Nous n'aurions jamais pu démarrer sans l'aide de la CCC », de dire M. Andy Maharaj, l'un des propriétaires d'Omatech. « Sans l'aide de la CCC, il n'y aurait pas d'industrie canadienne des machines-outils, car l'entreprise aurait été vendue à l'étranger. »

« Nous traitons maintenant la CCC comme si elle faisait partie de notre

entreprise, dit-il. La CCC est toujours au courant de ce que nous faisons. »

L'une des choses qui rend si spéciale la CCC est le rôle qu'elle joue dans l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense, conclu en 1956. C'est un accord de libre-échange dans les approvisionnements de défense dans lequel les acheteurs américains de produits de défense traitent les entreprises canadiennes sur le même pied que les sources américaines.

L'entente confie à la CCC le rôle d'entrepreneur canadien principal pour les marchés de 25 000 \$ ou plus de fournitures de la Défense américaine, ce qui couvre à peu près tout, des brosses à dents aux composantes et systèmes électroniques de haute technologie.

Pour l'industrie canadienne, la CCC est un guide et un ami qui lui permet d'obtenir sa juste part des marchés d'un client de 300 milliards de dollars par année, c'est-à-dire le Department of Defence des États-Unis (DoD) et, depuis la signature en 1960 d'une lettre d'entente avec la NASA (National Aeronautics and Space Administration), les fournisseurs canadiens ont également leur part du marché de l'espace.

De plus, les firmes ont besoin d'un allié et d'un guide, ne serait-ce que pour débrouiller les complexités du mécanisme d'obtention d'un contrat du DoD.

La CCC précise d'abord si l'entreprise canadienne est capable de fournir le produit ou le service au DoD. Si oui, la CCC inscrit l'entreprise sur sa propre liste de soumissionnaires et sur celle des organismes acheteurs américains.

Les agents acheteurs américains utilisent une liste postale des soumissionnaires (Bidders' Mailing List) pour expédier les appels d'offres aux fournisseurs inscrits. Les besoins d'approvisionnement de plus de 25 000 \$ sont également publiés dans le journal *US Commerce Business Daily (CBD)*. La CCC dépouille le *CBD* pour vérifier si certains fournisseurs canadiens peuvent saisir des occasions de marchés d'approvisionnement aux États-Unis.

Lorsqu'un débouché a été identifié, la CCC prend l'entreprise par la main pour l'aider à préparer la soumission. Après examen et approbation de la solidité financière, administrative et technique de la soumission de l'entreprise canadienne, la CCC garantit à l'acheteur américain que la firme canadienne peut répondre aux exigences de l'appel d'offres. Dans certains cas, la CCC atteste également que le prix offert « est juste et raisonnable », c'est-à-dire non supérieur à ce que le gouvernement canadien paierait pour un produit ou un service identique ou analogue.

L'acheteur américain évalue la soumission. Si l'entreprise canadienne

« La CCC se porte... à la défense des fournisseurs canadiens. »

l'emporte, le marché est vraiment adjudgé à la CCC qui prépare alors un contrat canadien avec le fournisseur. De plus, la CCC s'occupe du respect du marché, traite les factures, atteste les remises de droits et paie l'exportateur dans les 30 jours ou, pour les petites entreprises et si les conditions du marché en disposent ainsi, dans les 15 jours.

La CCC se porte en outre à la défense des fournisseurs canadiens, s'ils n'ont pas été traités de façon équitable.

« Nous avons perdu un marché d'un million de dollars au profit d'une entreprise qui, à notre avis, ne répondait pas aux conditions précisées à la soumission », de dire M. Maharaj. « Nous avons protesté, par l'intermédiaire de la CCC, et nous avons fini par gagner. »

Les changements dans la politique mondiale se sont traduits par un volume de vente plus faible dans les marchés de défense, car la Défense américaine réduit ses stocks. Sachant que le marché américain de la défense se rétrécit, la CCC travaille à la mise au point d'ententes supplémentaires avec d'autres organismes américains.

(Voir page 4: La CCC.)

Étapes à suivre pour soumissionner à l'UNICEF

(Suite de la première page.)

d'achat régionale peut être déléguée aux bureaux de New Delhi, Bangkok, Sydney, Beyrouth, Nairobi et Abidjan (plus une fonction de liaison à Tokyo.

A Copenhague, le dépôt comprend environ 3 000 articles dans les principales catégories suivantes : produits pharmaceutiques, matériel d'immunisation relatifs à la « chaîne du froid », fournitures et matériel médicaux destinés aux hôpitaux, instruments chirurgicaux et matériel de laboratoire, matériel didactique et fournitures de classe, articles d'arts ménagers et d'artisanat, instruments et matériel destiné aux ateliers, fournitures d'urgence et matériel destinés aux abris.

Procédures d'achat

Les achats sont effectués sur une base concurrentielle au moyen d'appels d'offres lancés à l'échelle internationale, régionale, ou mondiale, selon le besoin.

L'UNICEF préfère traiter directement avec les fabricants, sauf lorsqu'une entreprise canadienne désire soumissionner par l'intermédiaire de la Corporation commerciale canadienne (CCC).

L'UNICEF inspecte ou fait inspecter les produits avant l'expédition.

L'UNICEF paie, si elle le désire, des primes pour une meilleure qualité ou livraison. Le cas échéant, on détermine le coût total pour la durée d'utilisation.

Les conditions de paiement de l'UNICEF sont de 30 jours net.

Achat de matériel et de services

Le matériel et les fournitures achetés en 1990 s'élevaient à 305 millions de dollars US répartis de la manière suivante : réapprovisionnement d'entrepôts, 63 millions de dollars US; et expédition directe par les fournisseurs, 242 millions de dollars US.

Étapes à suivre

Les entreprises canadiennes qui voudraient vendre des produits ou des services à l'UNICEF devraient suivre les étapes suivantes :

1. Demander un exemplaire gratuit du *Guide général des relations d'affaires*

du PNUD à l'adresse suivante : Programme des Nations-Unies pour le Développement (PNUD), Inter-Agency Procurement Services Office (IAPSO), Noerre Voldgade 94, DK-1358 Copenhagen K, Denmark. Tél. : (45) 33 15 40 89. Télex : 27 368/9 iaps-dk. Télécopieur : (45) 33 15 32 51. (Après mars 1992 : UNICEF Plads, Freeport, DK-2100 Copenhagen, Denmark).

2. Lire avec soin les mandats des organisations des Nations-Unies.

3. Si vous fabriquez des produits qui, selon le *Guide général des relations d'affaires* du PNUD et l'annexe I, peuvent intéresser l'UNICEF, communiquer avec : Purchasing Manager, Supply Division, UNICEF Plads, Freeport, DK-2100 Copenhagen OE, Denmark. Tél. : (45) 35 27 35 27. Télex : 19813. Télégraphe : UNICEF Copenhagen. Télécopieur : (45) 31 26 94 21.

On conseille également :

a) de déterminer le nom de l'agent d'approvisionnement responsable;
b) d'envoyer de la documentation préliminaire;
c) de faire le suivi pour déterminer si la documentation a été reçue, a été étudiée, suscite de l'intérêt, et si elle est achetée. Dans l'affirmative, établir la valeur annuelle.

S'il y a lieu ou si cela est faisable :
d) proposez d'envoyer de la documentation détaillée, un profil de l'usine, la capacité, les normes, le nombre de machines dont vous disposez, et indiquez le contrôle de la qualité utilisé;
e) suggérez d'envoyer un représentant bien informé de la société auprès de l'agent d'approvisionnement à la Division des approvisionnements de l'UNICEF;
f) demandez régulièrement des appels d'offres. (Comme le transport du Canada peut être un facteur important, la fourniture directe à l'Amérique latine et à l'Asie en particulier pourrait être plus facile pour les fournisseurs canadiens que pour l'entrepôt de Copenhague, où les frais d'expédition pour les fournisseurs européens sont plus élevés);

g) assistez aux ouvertures des offres ou envoyez un représentant pour y assister.

Enregistrement de l'entreprise

Aucun système d'enregistrement formel n'est utilisé par l'UNICEF; toutefois, vous pourriez enregistrer les données sur votre société à l'IAPSO du PNUD, qui tient à jour une banque de données accessible à toutes les organisations de l'ONU. Ce bureau est aussi situé à Copenhague; il sera bientôt situé sur les mêmes lieux que la Division de l'approvisionnement de l'UNICEF (mars 1992) indiqué au n° 1 ci-dessus.

La CCC : un bon appui

(Suite de la page 3.)

Quant à Omatech, elle a bénéficié des conseils avisés de la CCC dans sa récente expansion, ainsi que de son aide pour élargir ses horizons commerciaux.

En juin, après la mise en tutelle de trois des fonderies qui lui fournissaient les pièces coulées, l'entreprise a pris de l'expansion pour ouvrir une installation à Winkler (Manitoba) en raison de l'existence de fonderies dans cette région. La CCC a aidé Omatech à faire valoir son dossier devant le gouvernement du Manitoba, afin d'obtenir une aide financière et de procéder à cette expansion. Par l'intermédiaire de la CCC, Omatech prépare actuellement une soumission pour répondre à un besoin sur le marché asiatique.

« La mentalité de vente est différente aux États-Unis, affirme M. Alex Papadakis, chef de l'Élaboration des politiques commerciales du Groupe des États-Unis de la CCC. Il faut être plus dynamique qu'au Canada. Par contre, aux États-Unis, il existe de meilleurs renseignements sur le marché qu'au Canada et la CCC puise constamment à ces renseignements, à l'avantage des fournisseurs canadiens. »

Omatech est l'une des centaines d'entreprises canadiennes qui peuvent témoigner de cette activité fructueuse.

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

ALGÉRIE — La Société d'approvisionnement et de distribution de facteurs et de moyens de production pour l'agriculture, l'hydraulique et l'élevage (AGRI-APRO) recherche toutes sortes de semences, pomme de terre de consommation, petit outillage agricole et matériel de petite hydraulique. Communiquer avec M. Brahimi, AGRI-APRO, Immeuble des Forêts, Châteauneuf, El Biar, Alger, Algérie. Tél. : (213) (2) 78.72.34.

ALGÉRIE — Une société privée locale cherche des partenaires pour 2 projets à promouvoir en Algérie. 1) Projet de fabrication d'a-

mortisseurs pour véhicules automobiles : amortisseurs à jambe de force, sans fusée (pour l'avant), 150 000 unités par an. 2) Projet de fabrication de bobines d'allumage pour véhicules automobiles, de type : DELCO pour allumages de moteur à essence; avec huile de refroidissement; alimentée par une batterie de 12 ou 24 volts; tension délivrée au secondaire (au niveau de bougie) supérieure à 10 Kvolts; capacité de production de 1000 bobines par jour en une seule équipe. Communiquer avec Mohamed Merabia, Directeur technico-économique, GECKER Générale d'Études et de Consulting, Cité Said Hamdine (440 L), Bt. C23, No 2, Bir Mourad Rais, Alger, Algérie. Tél. et télécopieur : (213) (2) 60.39.13.

ESPAGNE (réf. : EKE) — Une entreprise qui domine le marché de l'électronique en Espagne désire étendre sa gamme de produits par l'acquisition et la mise au point conjointe de circuits électroniques éprouvés pour l'industrie de l'automobile et de l'électroménager (p. ex. régulateurs de vitesse de moteur, détecteurs de gaz et de proximité) et de composantes électromécaniques (p. ex. résistances, condensateurs, connecteurs en fibres optiques, circuits intégrés). Elle désire aussi confier en sous-traitance ses

services d'assemblage mécanique ou de pellicule épaisse électronique. La société dispose d'installations qui servent à bon nombre de ces objectifs. Joindre le représentant du client, Jaume Angerri, Technology Management Department, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003, Barcelona, Spain. Tél. : 319 88 11. Télécopieur : 310 35 35.

HONGRIE — Une société spécialisée dans le traitement des matériaux synthétiques, et qui possède de l'expérience, des biens immobiliers et des machines désire conclure un accord d'entreprise conjointe pour la fabrication de jouets en plastique, d'équipement de sport

Auckland, New Zealand. Télécopieur : (09) 525-0875.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un grand fabricant de portes, de quincaillerie et de matériel de sécurité désire devenir l'agent exclusif de fournisseurs de portes coulissantes et pliantes (pour la menuiserie en bois et en aluminium); d'articles de sécurité ménagère (à fixer aux portes et aux fenêtres); de serrures (pour portes en aluminium). Communiquer avec John Manning, P.C. Henderson (NZ) Ltd., P.O. Box 15-103, Wellington, New Zealand. Télécopieur : (04) 888-353.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Des

trousses de passe-temps et d'artisanat à revendre partout en Nouvelle-

Zélande sont recherchées par Doreen Blaber, Hibiscus Hobby's, 819 Whangaparoa Road, Whangaparoa, Hibiscus Coast, New Zealand. (Aucun numéro de télécopieur n'est fourni).

SINGAPOUR — Des produits de sports d'hiver sont recherchés par Jihn Lim, Managing Director, Let Enterprise, 52 Kallang Bahru #02-19, Singapore 1233. Tél. : 296-7117/295-2574. Télécopieur : 298-8658.

SUISSE — Une firme recherche des fournisseurs de lampes alimentées par pile rechargeable pour casques de mineurs aux fins de revente et de distribution partout en Suisse. Communiquer avec Technokontroll SA, P.O. CH-8049, Zurich, Switzerland.

SUISSE — Un distributeur d'articles de sport recherche la représentation d'un fabricant canadien de casques pour cyclistes. Par ailleurs, plusieurs importateurs suisses recherchent des articles Western, chemises, mocassins, ceintures, bottes, etc.; et des articles militaires, vêtements, bérets, etc. (army surplus). Communiquer avec la Section commerciale, Ambassade du Canada, Kirchenfeldstrasse 88, CH-3005, Berne, Suisse. Tél. : (41-31) 44.63.81. Télécopieur : (41-31) 44.73.15. Télex : 911 308.

Débouchés commerciaux

et d'autres produits synthétiques. Joindre (en indiquant le numéro de référence 90.1.0167 IE) Mme Ilyes, INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorottya u 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-5044/228. Télécopieur : (361) 118-3732.

HONGRIE — On recherche un partenaire d'entreprise conjointe et d'investissement, spécialisé dans les dispositifs et les instruments techniques pour la fabrication et la commercialisation de dispositifs de sécurité et de produits électroniques. Communiquer (en indiquant le numéro de référence 90.1.0155 KC) avec M. Kilian. Tél. : (36-1) 118-3160. L'adresse et le télécopieur sont les mêmes que ceux pour la Hongrie ci-dessus.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur recherche des fournisseurs de tubes plats en plastique co-extrudés (avec ou sans raccord soudé, pour produire des saucisses pour animaux de compagnie) à distribuer à des fabricants de produits alimentaires pour animaux de compagnie. Les tubes devraient être souples, d'une largeur de 150 mm et produits au moyen de la co-extrusion de nylon et de polyéthylène. Communiquer avec Mike Mathews, T.C.L. Marketing Ltd., P.O. Box 11-127,

L'Europe de 1992 et le transit de marchandises

« On s'attend à ce qu'apparaissent de nouveaux défis et des débouchés différents à mesure que les itinéraires se remanient pour mieux desservir les régions, qui ne seront plus délimitées par les frontières nationales, mais bien par les frais de transport et les considérations logistiques. »

C'est l'une des conclusions d'un nouveau rapport d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

(AECEC), intitulé *Europe 1992: les transitaires canadiens*.

Ce rapport offre une approche stratégique que peuvent utiliser les transitaires canadiens en fonction des changements qui auront lieu dans l'Europe de 1992.

Une importance accrue accordée à la gestion de la logistique dans le secteur du transport et le fait que les entreprises de transit deviennent des fournisseurs de logistique plus globaux sont tous des

facteurs qui influenceront les réactions des transitaires canadiens aux changements à venir dans l'Europe de 1992.

Ports d'entrée en Europe

Les incidences des changements qui auront lieu en 1992 sur les routes commerciales en Europe toucheront aussi les transitaires. Le rapport conclut qu'en général les échanges commerciaux ne devraient pas changer considérablement en raison des initiatives du marché unique.

Le domaine dans lequel l'Europe de 1992 devrait avoir des répercussions, c'est celui des services offerts aux ports d'entrée. La concurrence accrue entre les ports d'entrée produira des pressions sur les responsables en France et en Angleterre, par exemple, pour qu'ils simplifient les procédures douanières en vue de concurrencer plus efficacement les Hollandais. Ces mêmes pressions s'appliqueront aux services canadiens.

Comment se préparer

Selon le rapport, les transitaires canadiens qui désirent tirer parti du marché européen élargi et intégré devront prendre des initiatives proactives au lieu de réagir à l'Europe de 1992.

Sans aucun doute, on a de plus en plus tendance à fournir des services hautement personnalisés sur une échelle aussi grande que possible. Alors que certaines entreprises peuvent réussir à offrir un service hautement personnalisé à une poignée de clients, de plus en plus de services seront axés sur les besoins de logistique reliés aux besoins précis en matière de transport.

Sources de renseignements

Pour obtenir un exemplaire de la publication *Europe 1992: les transitaires canadiens*, appeler Info Export au 1-800-267-8376.

Pour de plus amples renseignements sur le transit et l'Europe de 1992, s'adresser à la Direction de la Communauté européenne (RWM), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 995-1277.

Calendrier d'activités Europe 1992

Dans le cadre du programme « Horizon le Monde », Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a mis au point un programme de colloques (liste ci-dessous) sur l'Europe de 1992 et son incidence sur certains secteurs de l'économie canadienne.

Les colloques sont organisés en collaboration avec le Conseil des normes du Canada, les Centres du commerce international (CCI), Industrie, Sciences et Technologie Canada, et Investissement Canada.

Les colloques permettront également le lancement d'études préparées pour le compte d'AECEC, sur les sujets suivants : bois transformé, industries océanologiques, logiciel, télécommunication et industries et services de l'environnement.

Le calendrier de publication des études, ainsi que la liste d'autres colloques, seront publiés dans *CanadExport*.

Octobre

22: St. John's - Les industries océanologiques et l'Europe de 1992. Renseignements : Brent MacGregor, RWM, AECEC. Tél.: (613) 995-8783.

22: Halifax - L'Europe de 1992 et les normes. Renseignements : Diane Thomson, Conseil des normes du Canada. Tél.: (613) 238-3222.

23: St. John's - Le partenariat avec des sociétés de l'Europe de l'Ouest et de l'Est. Renseignements : Leo Walsh, CCI, ST. John's. Tél.: (709) 772-5511.

24: Halifax - Les industries océanologiques et l'Europe de 1992. Renseignements : Brent MacGregor tel qu'indiqué plus haut.

24: Vancouver - L'Europe de 1992 et les normes. Renseignements : Diane Thomson tel qu'indiqué plus haut.

29: Burlington - Les industries océanologiques et l'Europe de 1992. Renseignements : Brent MacGregor tel qu'indiqué plus haut.

31: Vancouver - Les industries océanologiques et l'Europe de 1992. Renseignements : Brent MacGregor tel qu'indiqué plus haut.

Novembre

1: Victoria - Les industries océanologiques et l'Europe de 1992. Renseignements : Brent MacGregor tel qu'indiqué plus haut.

26: Montréal - Les industries du logiciel et l'Europe de 1992. Renseignements : Bruce Christie, RWM, AECEC. Tél.: (613) 996-8771.

27: Ottawa - Les industries du logiciel et l'Europe de 1992. Renseignements : Bruce Christie tel qu'indiqué plus haut.

28: Toronto - Les industries du logiciel et l'Europe de 1992. Renseignements : Bruce Christie tel qu'indiqué plus haut.

Décembre

3: Vancouver - Les industries du logiciel et l'Europe de 1992. Renseignements : Bruce Christie tel qu'indiqué plus haut.

4: Montréal - L'Europe de 1992 et les industries et les services de l'environnement. Renseignements : Brent MacGregor, tel qu'indiqué plus haut.

La quincaillerie en montre à San Juan

San Juan — Les entreprises canadiennes des secteurs de la construction, de la quincaillerie et des autres sources d'énergie ont la possibilité de développer leurs marchés ou de pénétrer sur de nouveaux marchés dans les Antilles.

Elles n'ont qu'à participer au **Hardware/Houseware Show of the Caribbean** qui se tiendra du 7 au 9 février 1992 au Roberto Clemente Coliseum de San Juan.

Pour les entreprises canadiennes qui voudront faire partie du pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, se sera « premier venu premier servi ».

Au cours des années précédentes, les exposants canadiens ont toujours été satisfaits de la foire — surtout parce que celle-ci attire de 12 000 à 15 000 visiteurs commerciaux, mais aussi parce qu'elle offre aux participants une possibilité excellente d'établir des contacts, de nommer des agents et des distributeurs et de rencontrer des grossistes, des entrepreneurs et des utilisateurs finaux.

Pour d'autres informations sur la foire, s'adresser à M. Jon Dundon, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Salon alimentaire à Porto Rico

San Juan — Avec un marché qui suscite des ventes annuelles dépassant 4,5 milliards de dollars (dont 85 % représentent des produits importés), Porto Rico est un pays qui offre des attraits aux exportateurs canadiens.

Les entreprises canadiennes auront la possibilité d'explorer ce marché ou de pénétrer sur celui-ci du 25 au 27 avril 1992, lorsque San Juan accueillera la **20th Annual Food and Foodservices Equipment Trade Show**.

Ce sera la septième fois que le gouvernement canadien, par l'intermédiaire d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), parraine une exposition de produits de grande envergure à cette foire internationale.

Axée principalement sur le marché portoricain, la foire attire aussi des personnes d'affaires de bon nombre d'îles avoisinantes. Elle permet aux participants de rencontrer des acheteurs, des agents et des distributeurs éventuels partout dans la région.

Les exportations de produits alimentaires canadiens à Porto Rico atteignent en général une moyenne d'environ 525 millions de dollars. La participation à la foire qui, au cours des dernières années, est devenue un excellent moyen de promouvoir les biens et les services canadiens dans la région, pourrait permettre d'augmenter ce chiffre.

Pour tout renseignement sur la foire, communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Invitation à participer à la foire de Panama

Panama — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera pour la septième année consécutive à **EXPOCOMER '92**, qui se tiendra dans la capitale panaméenne du 11 au 16 mars 1992.

Cette foire intéressera particulièrement les entreprises canadiennes de produits alimentaires, les firmes de construction et de quincaillerie, les fabricants de pièces automobiles, les fournisseurs de produits informatiques et d'articles de bureau, ainsi que les sociétés spécialisées dans les télécommunications, la médecine et la santé.

Un certain nombre de raisons justifient la participation de nos entreprises à **EXPOCOMER**, une des foires commerciales les plus grandes et les plus importantes d'Amérique latine :

- Cette foire est le lieu de rencontre des acheteurs tournés vers les grands marchés des Antilles, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud.
- La zone franche de Colon, la plus importante après Hong Kong, fait augmenter les débouchés des exportateurs canadiens dans la région.
- Des entreprises canadiennes ayant déjà participé à cette foire ont exploité, par la suite, des débouchés nouveaux et lucratifs, et sont maintenant bien implantées en Amérique centrale.

Pour obtenir d'autres renseignements sur **EXPOCOMER '92**, communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Exposition sur la pollution à Hong Kong

Hong Kong — Une superficie spéciale a été réservée par le Commissariat du Canada à Hong Kong pour les entreprises canadiennes qui désirent participer à **POLMET '91**.

Ces exposition, conférence et ateliers internationaux, qui se tiendront pour la troisième fois, sur la pollution dans l'environnement métropolitain, organisés par la Hong Kong Institution of Engineers et entièrement parrainés par le gouvernement de Hong Kong, se tiendront du 9 au 13 décembre 1991. Des experts de tous les secteurs dans le domaine du contrôle de la pollution seront parmi les personnes d'affaires qui participeront à **POLMET** afin d'explorer les débouchés croissants pour le matériel et les services de contrôle de la pollution de l'environnement dans le Sud-Est asiatique.

Pour obtenir des renseignements généraux sur l'exposition, communiquer avec Susan Pardey, Project Manager, **POLMET '91**, Suites A & B, 16/F Casey Building, 38 Lok Ku Road, Sheung Wan, Hong Kong. Tél. : (852) 544-3399. Télécopieur : (852) 544-4679.

Pleins feux sur l'environnement à Vancouver

Vancouver — Après le succès important remporté l'année dernière, l'International Conference and Trade Fair on Business and the Environment se tiendra de nouveau l'année prochaine dans cette ville.

Foires commerciales internationales

Un certain nombre de foires internationales auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas — mais auxquelles pourraient s'intéresser des entreprises canadiennes — ont lieu à l'échelle internationale. En voici quelques-unes.

• **Conférence sur la pâte à papier tropicale** — 9-11 décembre 1991 — Djakarta (Indonésie). Les fournisseurs, les associations, les experts-conseils canadiens et d'autres parties intéressées à fournir des produits et des services à l'industrie des pâtes et papiers, qui connaît une croissance rapide dans l'Est et le Sud-Est asiatiques, sont invités à participer à ces conférence et exposition internationales parrainées par Arbokem Inc. de Vancouver dans le cadre d'une entreprise conjointe avec des maisons d'édition allemandes et britanniques. Pour tout renseignement, s'adresser à M. Alfred Wong, président, Arbokem Inc., bureau 101, 358, avenue Kent est, Vancouver V5X 4W6. Tél. : (604) 321-9331. Télécopieur : (604) 321-3043.

• **Offshore & Energy '92** — 14-19 janvier 1992 — Bombay (Inde). C'est la sixième exposition et conférence internationales de l'Inde sur l'exploration du pétrole et du gaz en mer et sur le développement de l'énergie. Communiquer avec Ms. Anjanee Rao, Chemtech Foundation, Taj Building, 3rd Floor, 210 Dr. D.N. Road, Fort, Bombay 400 001. Tél. : 2042044. Télécopieur : 91 (22) 2870502. Télex : 011-82775 JSGR IN.

Du nom de **Globe '92**, la manifestation a pour objet de favoriser le développement durable en encourageant la résolution des problèmes environnementaux de façon pratique et en augmentant les possibilités commerciales connexes.

La manifestation, qui aura lieu au Vancouver Convention Centre et à la B.C. Place, du 16 au 20 mars 1992, attirera des exposants de l'industrie de l'environnement qui fournit de nouveaux produits, technologies et services servant à résoudre les problèmes environnementaux et à empêcher la pollution.

Avec quelque 700 produits exposés et 20 pavillons nationaux qui attireront plus de 15 000 visiteurs du monde entier, la manifestation fournira aussi des possibilités de transfert de techno-

logies aux pays en voie de développement.

La conférence — qui rassemblera plus de 3 000 participants clés de plus de 80 pays — vise à faciliter l'intégration des affaires et de l'environnement, en mettant l'accent sur les solutions, les stratégies et les approches innovatrices pour résoudre les problèmes reliés à l'environnement.

On mettra fortement l'accent sur des exemples pratiques et des études de cas de développement durable actuel.

Pour de plus amples renseignements sur la manifestation — reliée à la Conférence des Nations-Unies sur l'environnement et le développement (CNUED) qui se tiendra au Brésil en juin 1992 — s'adresser à Mme Virginia Aulin, à Vancouver. Tél. : (604) 684-1481. Télécopieur : (604) 964-1917.

La présence canadienne s'accroît

(Suite de la première page.)

commissariats, commissions, consulats et consulats généraux — et le reste de la représentation comprend des bureaux commerciaux satellites, des consuls honoraires et des représentants com-

satellites, dont la plupart (14) sont situés partout aux États-Unis. En tout, le Canada est desservi par 650 représentants commerciaux répartis dans 118 localités à travers le monde.

MISSIONS :	DEMANDES DE RENSEIGN. SUR LE COMMERCE		DEMANDES DE RENSEIGN. SUR L'INVESTISSEMENT		VISITES DE GENS D'AFFAIRES	
	CAN.	LOCAL	CAN.	LOCAL	CAN.	LOCAL
AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT	2376	2495	22	709	406	1073
ASIE-PACIFIQUE	9303	10078	366	496	2765	4907
EUROPE & MULTILATERALE	7588	7350	401	720	1552	2273
AMERIQUE LATINE/ANTILLES	6912	8299	81	81	1063	2702
ETATS-UNIS	8828	5892	145	635	2207	3046
TOTAL:	32687	34114	1015	2641	7993	14881

merciaux honoraires (69), des bureaux provinciaux (83) (certains coopérant étroitement avec leurs homologues fédéraux), et des bureaux d'associations (7) soutenus par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC).

Ce qui intéresse grandement les exportateurs, c'est la création, l'année dernière, de 19 bureaux commerciaux

Le gouvernement fédéral a une certaine forme de représentation dans 197 villes et 126 pays, et les gouvernements provinciaux — tous, à l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard — sont représentés dans 45 villes et 28 pays.

Le tableau page 1 et ci-dessus mettent en évidence les activités commerciales du premier trimestre telles que déclarées par 79 missions canadiennes entre janvier et mars 1991.

Contrats fédéraux aux États-Unis

Les entreprises canadiennes ont la possibilité de soumissionner des contrats relatifs à des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnement et Services Canada). Les appels d'offres seront disponibles tel qu'indiqué ci-dessous; la période de soumission se termine d'ordinaire 30 jours après la date de l'appel d'offres.

Produit : Meubles pour salles de cour-rier.

Valeur prévue du contrat : 57,2 millions de dollars sur quatre ans.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 8.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : février 1992.

Période du contrat : 1^{er} octobre 1990-30 septembre 1994.

N° du projet : 71 III D.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Margaret Lynch, tél. : (703) 557-5214.

Produit : Panneaux d'affichage et de communication.

Valeur prévue du contrat : 9,03 millions de dollars sur deux ans.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 27.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : mai 1992.

Période du contrat : 1^{er} octobre 1991-30 septembre 1996.

N° du projet : 71 III T.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Barbara Banks, tél. : (703) 557-2421.

Produit : Meubles divers — hôpital.

Valeur prévue du contrat : 33 millions de dollars sur trois ans.

Nombre de vendeurs pour le projet ac-

tuel : 30.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : juin 1992.

Période du contrat : 1^{er} novembre 1991-31 octobre 1994.

N° du projet : 71 III F.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Margo Grades, tél. : (703) 557-5218.

Produit : Meubles divers — Sièges à usages multiples.

Valeur prévue du contrat : 50 millions de dollars sur cinq ans.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 75.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : juin 1992.

Période du contrat : 1^{er} février 1991-31 janvier 1994.

N° du projet : 71 III H.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Rose Hudgens, tél. : (703) 557-8116.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — Dispositifs d'alimentation, transducteurs, servomécanismes et pièces connexes.

Valeur prévue du contrat : 32 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 56.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : juillet 1992.

Période du contrat : 1^{er} août 1992-31 juillet 1997.

N° du projet : 66 II L.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Judi Hyde, tél. : (703) 557-9412.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — Matériel de laboratoire en verre, en plastique et en métal; sys-

tèmes de distillation et de déminéralisation pour laboratoire; produits de ponction pour le prélèvement de sang; et bouteilles d'ordonnance.

Valeur prévue du contrat : 60 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 45.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : juillet 1992.

Période du contrat : 1^{er} mai 1990-30 avril 1995.

N° du projet : 66 II B.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Betty Spruell, tél. : (703) 557-9295.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — Analyseurs, chromatographes, compteurs de colonies bactériennes, systèmes d'analyse de sang, diluants, pipettes, matériel d'électrophorèse, et systèmes d'analyse d'images.

Valeur prévue du contrat : 260 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 25.

Date de l'appel d'offres prochain ou début de la prochaine période de soumission : août 1992.

Période du contrat : 1^{er} juin 1991-31 mai 1996.

N° du projet : 66 II N.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Maude Moore, tél. : (703) 557-8352.

Pour se renseigner sur les débouchés du gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour des informations plus générales sur ce procédé d'approvisionnement, communiquer avec M^{me} Judith Bradt, ambassade du Canada, Washington (D.C.). Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

CONTRATS DÉCROCHÉS

ABB/Combustion Engineering, à Ottawa, a obtenu un contrat de 40 millions de dollars de la Comision Federal de Electricidad, pour la fourniture de matériel et de services connexes dans le cadre d'un important programme d'amélioration des chaudières de centrales au Mexique.

Cecco Machinery Manufacturing Ltd., dont le siège social est à Concord, fournira des câbles double torsade, des dévidoirs et des pièces de rechange à la société mexicaine Manufacturas Valdes, S.A. de C.V. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) appuiera la vente en accordant un prêt pouvant atteindre 152 000 \$.

Champion Road Machinery Limited, à Goderich, fournira à la Tunisie 46 niveleuses du modèle 710A. La SEE fournira un prêt de 3,4 millions de dollars.

Dominis Engineering, à Gloucester, a obtenu un contrat de 70 000 \$ pour la fourniture et l'installation du système de production de vagues et de logiciel d'analyse GEDAP au Queensland Government Hydraulics Laboratory, à Brisbane (Australie).

Domtar Inc., à Montréal, fournira 40 000 poteaux télégraphiques en bois traité à la Société nationale de l'électricité et du gaz de l'Algérie. La SEE appuiera cette vente en prêtant 4,5 millions de dollars.

Un contrat a été attribué à **Dy-Core Systems Inc.**, à Vancouver, pour la fourniture de matériel d'extrusion pour éléments creux à l'entreprise mexicaine Pret, S.A. de C.V. Le prêt de la SEE peut atteindre 107 000 \$ US.

Engel Canada Inc., à Guelph, a décroché un contrat de vente de deux presses automatiques à injection à Moulinex Vistar, S.A. de C.V., au Mexique. La SEE fournira un prêt de 326 000 \$ US.

Un contrat a été attribué à **Engineered Metal Products Company (Canada) Ltd.**, à Whitby, pour la fourniture de

trois systèmes Unilance (qui servent à l'injection d'oxygène dans la fabrication de l'acier) à la société mexicaine Hylsa S.A. de C.V., à Monterrey. La SEE finance la transaction par un prêt de 306 000 \$ US.

Garneau Pipeline International Limited, à Nisku (Alberta), fournira à l'Entreprise nationale de réalisation de canalisations, à Alger (Algérie), du matériel destiné au secteur du pétrole et du gaz naturel. La SEE accordera un prêt de 219 000 \$.

Image Stream Communications Inc., à Hamilton, vendra un système interactif de services aux clients, qui comprend matériel, logiciel et services d'ordinateur, à Image Stream de Mexico, S.A. de C.V. La SEE offrira un financement de 241 649 \$ US.

International Pipeline Engineering Ltd., à Scarborough, fournira des services de génie à la Indian Oil Corporation Ltd., à New Delhi. La transaction est financée par des prêts de 228 595 \$ US fournis par la SEE et de 140 107 \$ US fournis par l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Northern Telecom International Limited, à Mississauga, fournira du matériel téléphonique PABX et les pièces détachées connexes à la Société nationale des travaux d'infrastructure des télécommunications, en Algérie. Le financement offert par la SEE pourra atteindre 130 000 \$.

Pro-Eco Limited, à Mississauga, livrera un équipement de terminal pour une ligne de galvanisation en continu à Galvak S.A. de C.V., à Monterrey (Mexique). La SEE offre un prêt de 3,9 millions de dollars US.

Sandvik Process Systems Canada, à Guelph, fournira à la Chine du matériel de congélation et d'emballage, et des services de formation et d'installation. La transaction est financée par un prêt de 1,13 million de dollars US.

Tai Foong International Ltd., à

Toronto, vendra à la Chine des machines de conditionnement sous vide et des services connexes. Le financement de la SEE s'élève à 176 000 \$.

La société **Thomas Equipment Ltd.**, établie au Nouveau-Brunswick, vendra des chargeurs à direction différentielle et des pièces de rechange connexes à l'Office algérien interprofessionnel des céréales. La SEE appuiera la transaction par une affectation de 1,1 million de dollars.

Top-Co Industries Ltd., à Edmonton, a décroché un contrat pour la fourniture de billes flottantes à la Oil and Natural Gas Commission de l'Inde. La transaction est financée en vertu d'un mécanisme de financement établi conjointement par la SEE et l'ACDI avec l'Inde.

Top Grade Machining Ltd., à Mississauga, fournira trois moules à cavités à Envases de Plasticos del Centro, S.A. de C.V., au Mexique. La SEE accordera un prêt de 157 000 \$ US.

Unifin International, à London, fournira des pièces pour transformateurs U-2 à la Comision Federal de Electricidad, au Mexique. La SEE accordera un appui financier de 264 000 \$.

Valmet Automation (Canada) Ltd., à Concord, fournira des systèmes de commande de processus, du matériel connexe et des pièces de rechange à la société mexicaine Galvak S.A. de C.V. La SEE prêtera 237 000 \$ US.

VME Equipment of Canada Ltd., à Guelph, vendra 4 camions Euclid R50 et 2 chargeuses Michigan L320 à Construcción e Infraestructura Mexicana, S.A. de C.V. La SEE appuiera la transaction par un prêt de 2,2 millions de dollars US.

Willowglen Systems Ltd., à Calgary, a décroché un contrat d'une valeur dépassant 3 millions de dollars pour la fourniture de 14 terminaux à distance destinés à un système de gestion de l'énergie à la Public Utilities Board de la République de Singapour.

ÉTUDES DE MARCHÉS

— LA DANEMARK ET LE GROENLAND —

Télécommunications

Le Danemark est un excellent marché pour les entreprises canadiennes qui désirent commencer à exporter des produits informatiques et de télécommunications vers l'Europe.

C'est ce qui ressort de l'étude intitulée *The Danish Data and Telecommunications Market - An Overview*.

Les sujets traités dans l'étude comprennent l'industrie et l'infrastructure des télécommunications au Danemark (appareils de téléphone, câbles, matériel cellulaire, radio maritime, matériel de commutation et réseaux locaux), la manière de traiter avec les compagnies téléphoniques du Danemark, les secteurs de croissance, et des conseils sur comment percer sur le marché danois.

Pour obtenir plus de renseignements ou un exemplaire de l'étude, s'adresser à M. Borys Budny, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 995-4730. Télécopieur : (613) 995-6319.

Sciences et technologie

Un autre rapport de l'ambassade du Canada, *S & T Opportunities for Canada*, décrit le Danemark comme étant « un pays inappréciable dans lequel on peut établir un partenariat stratégique ».

Selon le rapport, certains des domaines de haute technologie dans lesquels on peut établir des alliances stratégiques entre les entreprises canadiennes et danoises sont la coopération dans la recherche internationale, la technologie alimentaire, la recherche sur l'environnement, la biotechnologie, et la technologie des matériaux.

Et, d'après le rapport, de telles alliances stratégiques pourraient aussi aug-

menter les possibilités de la participation canadienne aux projets EUREKA.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou un exemplaire du rapport, communiquer avec M. Borys Budny (RWT) d'AECEC en utilisant les coordonnées indiquées plus haut.

Groenland : le potentiel

Une autre étude de marché, *Greenland - Our Next-Door Neighbour*, énumère des domaines de produits qui offrent les meilleures possibilités aux exportateurs canadiens à ce pays nordique situé seulement à 26 kilomètres du Canada.

Ces produits sont, entre autres, les aliments, les vêtements d'extérieur, les chaussures, le matériel et les produits axés sur l'utilisation dans un climat froid, les matériaux de construction et les produits en papier (y compris le

papier journal).

Faisant partie du Danemark mais ayant une autonomie gouvernementale, le Groenland — et sa petite population de 55 000 habitants — dépend des importations, surtout du Danemark (65 %). Le Canada, avec 0,7 % de ce marché, ne peut qu'augmenter sa part en tirant parti des débouchés énumérés ci-dessus.

L'étude souligne aussi que le secteur des ressources pourrait offrir des débouchés aux entreprises de ressources canadiennes ainsi qu'aux fournisseurs de matériel et de services.

Pour obtenir un exemplaire de l'étude (elle donne aussi des sources de renseignements dans les secteurs du pétrole et de l'exploitation minière, et l'adresse de l'ambassade du Canada à Copenhague), communiquer avec M. Borys Budny (RWT) d'AECEC (coordonnées indiquées plus haut).

Au calendrier

Calgary — 21-22 octobre — Calgary Business Fair 1991. Des exposants — y compris des experts-conseils en finances, en commercialisation et en ventes; ainsi que des banques, des distributeurs, des ministères, des délégués commerciaux internationaux, des experts-conseils en recherche, des services créatifs et des concessionnaires de franchises — exposeront des produits ou des services axés particulièrement sur le milieu des affaires. Des ateliers seront offerts sur divers sujets clés. Communiquer avec Jeff Eichler, Creative Outlet Ltd. Tél. : (403) 242-8688. Télécopieur : (403) 249-6267.

Charlottetown — 21-22 octobre — Business to Business Show. Communiquer avec Paulette Waddell, Charlottetown Chamber of Commerce. Tél. : (902) 628-2000. Télécopieur : (902) 368-3570.

Edmundston — 21-23 octobre —

Small Business Salon. Communiquer avec Francine Landry, CCI, Moncton. Tél. : (506) 735-4769. Télécopieur : (506) 739-7486.

Halifax — 22 octobre; **Vancouver** — 24 octobre — Les normes, la certification et les questions relatives au commerce visant l'Europe de 1992 seront les sujets de ces colloques parrainés par le Conseil canadien des normes en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Communiquer avec le Conseil à Ottawa au (613) 238-3222 (région d'Ottawa) ou sans frais au 1-800-267-8220. Télécopieur : (613) 995-4564.

Edmonton — 23-25 octobre — Show & Tell '91. Business to Business Opportunities est le thème de ce salon annuel qui comportera un système informatisé d'achat, de vente et de commerce d'entreprises et de produits. Un
(Voir page 12 — Au calendrier.)

AU CALENDRIER

(Suite de la page 11.)

autre élément nouveau, c'est l'exposition de la technologie de pointe. Communiquer avec Audrey Ruff ou Diane Spillel, Chambre de Commerce d'Edmonton. Tél. : (403) 426-4620. Télécopieur : (403) 424-7946.

Montréal — 24-26 octobre; 31 octobre-2 novembre — Savoir exporter ses compétences. Les participants à ce cours de trois jours apprendront les étapes de la négociation d'un contrat de services sur les marchés extérieurs. Communiquer avec Sylvie Brisebois, Centre international de recherche et formation en gestion des grands projets. Tél. : (514) 848-6100. Télécopieur : (514) 848-9992.

Montréal — 25-27 octobre — Expocam '91. Salon international du camionnage pour gestionnaires de parcs de camions et cadres de l'industrie désirant explorer les faits nouveaux et les nouveaux produits sur le marché. Communiquer avec Judy Hurd, Southex Exhibitions, Don Mills. Tél. : (416) 445-6641. Télécopieur : (416) 442-2217.

Hamilton — 30-31 octobre — La 1991 Canada-USA Trade Fair permettra aux gens d'affaires des deux côtés de la frontière de se familiariser avec les ressources et les instruments nécessaires au commerce extérieur. Les colloques traiteront de questions clés relatives aux affaires et au commerce, telles que les alliances stratégiques, les questions et les règlements dans le domaine de l'environnement, les questions relatives aux différences entre les taxes au Canada et aux États-Unis ainsi que les règlements douaniers. Communiquer avec Southex Exhibitions.

Tél. : 1-800-274-6948 ou (416) 445-6641. Télécopieur : (416) 442-2217.

Drummondville — 1^{er} novembre; **Montréal** — 8 novembre — Exposer à une foire commerciale. Renseignements sur la manière de bien exposer à une foire commerciale. Le colloque est organisé par l'Association des professionnels en commerce international Inc., Montréal. Tél. : (514) 397-0753. Télécopieur : (514) 397-1064.

Montréal — 13 novembre — Obstacles au commerce trilatéral. Petit-déjeuner de l'Association des professionnels en commerce international Inc., Montréal. Tél. : (514) 397-0753. Télécopieur : (514) 397-1064.

Montréal — 19 novembre — Le Brésil des années 1990 - L'ouverture du marché brésilien. Ce colloque sur le Brésil est organisé par l'Association des professionnels en commerce international Inc. (APCI), en collaboration avec le ministère des Affaires internationales du Québec. Communiquer avec l'APCI. Tél. : (514) 397-0753. Télécopieur : (514) 397-1064.

Montréal — 26 novembre; **Ottawa** — 27 novembre; **Toronto** — 28 novembre; **Vancouver** — 3 décembre — Atelier : L'Europe de 1992 et les industries de logiciels. Colloque d'une demi-journée qui comptera des conférenciers d'industries européennes de logiciels. Il sera co-parrainé par AECEC, l'Association canadienne de la technologie informatique, Industrie, Sciences et Technologie Canada ainsi que les provinces. Joindre Bruce Christie, RWM, AECEC. Tél. : (613) 996-8771. Télécopieur : (613) 995-1277.

Vancouver — 3-6 décembre — Pacific Paper Expo '91. Le thème de cette foire commerciale internationale, de ce colloque sur la gestion et de cette conférence technique sur l'industrie internationale des pâtes et papiers est : "Competitive Strategies for the Pacific Rim Pulp and Paper Industry". Communiquer avec Laurie Grant, Conference Manager, Pacific Paper Expo, Vancouver, tél. : (604) 683-8254, télécopieur : (604) 683-8202; ou avec Exhibition Management, Industrial Trade & Consumer Shows Inc., Toronto, tél. : (416) 252-7791, télécopieur : (416) 252-9848.

Publications

Le Marché du matériel océanologique au Japon (# 100 CB), de septembre 1990, est disponible auprès d'Info Export (voir l'encadré ci-dessous).

USSR Business Reports, un bulletin hebdomadaire. S'adresser à Kerry Irwin, Marketing Consultant, *USSR Business Reports*, 33 Yonge Street, Suite 1150, Toronto, Ontario M5E 1G4. Tél. : (416) 360-6003. Télécopieur : (416) 360-7942.

Business Directory of Eastern Europe-Volume I-Poland (135 \$ U.S. ou, pour la disquette, 1 195 \$) est très utile. Communiquer avec David B. MacKay, Marketing Consultant to American Business Press, 4129-H Harvester Road, Burlington, Ontario L7L 5M3. Tél. : (416) 333-5707. Télécopieur : (416) 333-6506. Téléx : 063690050 FAX CA.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANAD EXPORT

Vol.9 N°18

1^{er} novembre 1991

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Conférences sur les services

La première de six conférences nationales reliées au mois des services sera présidée le 18 novembre à Toronto par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson.

Les conférences visent à permettre de mieux comprendre les questions économiques clés, à démontrer que le gouvernement se rend compte de l'importance du service des secteurs pour l'économie, et apprécie cette importance; et à encourager l'industrie à élaborer des stratégies qui la rendront plus concurrentielle sur les marchés intérieurs et extérieurs.

Les sujets qui seront traités comprennent : un marché intérieur concurrentiel; faire du commerce de façon plus judicieuse; et le financement de la croissance et de la technologie.

Outre Toronto, des conférences sont prévues à : Halifax (21 novembre); Montréal (25 novembre); Winnipeg (28 novembre); Edmonton (2 décembre); et Vancouver (5 décembre).

Pour tout renseignement, communiquer avec M. Léo Leduc, Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisations (TPF). Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-6188. Télécopieur : (613) 943-1100.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Europe '92 : les télécommunications	4
Salons et foires	9
Prix au secteur privé	10
Les appels d'offres des IFI	11
Au calendrier, Publications	12

Contrats de l'administration de l'aviation américaine

Les entreprises canadiennes de l'aérospatiale ont la possibilité de soumissionner des contrats d'une valeur de plusieurs milliards de dollars attribués par la Federal Aviation Administration (FAA) des États-Unis.

**Pleins feux sur
le Mexique**
Supplément pages 5-9

Comment soumissionner des contrats de la FAA, la manière dont la FAA choisit ses fournisseurs, et les prochains projets de la FAA figuraient parmi les sujets discutés récemment par M. John Burt, directeur exécutif du service des achats à la FAA.

D'après M. Burt, les antécédents en matière de qualité et de respect des échéances sont des normes dont la FAA tient de plus en plus compte lorsqu'elle recherche des fournisseurs. Il a fait remarquer que, trop souvent, les fournisseurs font des offres trop basses sans profits simplement pour décrocher des contrats. De dire M. Burt : « Il m'importe que vous gagniez de l'argent, parce que si vous n'en gagnez pas, votre entreprise n'existera plus l'année prochaine. Envisagez de réaliser un profit puis faites ce qu'il faut pour y arriver. Il s'agit d'un partenariat. Nous faisons donc des affaires ensemble. »

Le marché non fédéral offre la possibilité d'acquérir une bonne réputation. Par exemple, la FAA achète des systèmes de contrôle de la circulation aérienne, du matériel pour tours de contrôle, des aides à la navigation et à l'atterrissage. L'État, la ville et les gouvernements locaux ainsi que cer-

tains opérateurs privés se procurent les autres installations. De plus, la FAA certifie le matériel que l'État et les autorités locales des aéroports peuvent acheter, telles les fonctions d'entretien.

Comment la FAA évalue les offres

La FAA achète des produits par appels d'offres. Une fois les normes minimales satisfaites, le soumissionnaire le moins disant remporte le contrat — une condition que M. Burt tente d'éliminer. Les grands achats complexes sont effectués par des demandes de propositions.

On émet une demande complète de propositions et l'on exige une offre complète en réponse. La FAA examine les offres puis demande des explications si nécessaire. Elle retourne une liste des faiblesses et des lacunes, à laquelle le fournisseur a la possibilité de répondre. Des négociations et une "Best and Final Offer" (BAFO) (meilleure offre finale) s'ensuivent en général.

M. Burt rappelle aux entreprises qu'il se pourrait que leur offre initiale soit acceptée car la FAA a l'option d'attribuer un contrat sans négociations. La FAA n'est pas tenue de passer par un processus comportant plusieurs BAFO, et M. Burt attend avec impatience le jour où la première offre sera la BAFO.

La plupart des décisions visant le choix des fournisseurs sont prises au niveau supérieur de l'organisme. L'administrateur approuve le choix des fournisseurs pour ce qui est des projets dépassant 50 millions de dollars, tandis que l'administrateur adjoint l'approuve lorsque la valeur des projets est inférieure à 50 millions de dollars.

Projets possibles

La FAA espère automatiser un nom-

(Voir page 4: Comment.)

Canada

La compétitivité : l'approche pratique et innovatrice de GE

Les thèmes les plus à la mode lors des séminaires, colloques et autres rassemblements d'exportateurs sont la compétitivité et la globalisation des marchés. Le récent congrès annuel de l'Association Canadienne des Exportateurs n'a pas fait exception à la règle. Fonctionnaires, banquiers et professeurs d'université ont à nouveau rappelé les maux dont est frappé le Canada : compétitivité décroissante, coûts par unité de production croissants, recherche et investissements insuffisants, taux de change défavorable, etc.

Des lecteurs nous ont écrit pour demander comment être plus concurrentiels. La même question a été posée au congrès précité où de nombreux participants semblaient attendre que le gouvernement prenne les choses en main.

Parmi les réponses diverses apportées à cette question, celle de D.K. Williams, président de General Electric Canada (GE), a jeté une lumière particulièrement vive sur le congrès en décrivant l'approche de GE pour demeurer globalement concurrentiel. Il a énuméré, utilisant des termes que comprend la petite entreprise, huit éléments qui s'appliquent virtuellement à l'ensemble des entreprises :

1. Le coût le plus bas.
2. Le meilleur choix de produits à fabriquer.
3. L'investissement et l'innovation dans les produits, le gens et les procédés.
4. La productivité.
5. La rapidité.
6. La passion pour la satisfaction du client.
7. L'accès aux marchés.
8. La motivation et le pouvoir donné aux employés.

Quatre de ces éléments lui apparaissent essentiels.

1. Le meilleur choix de produits à fabriquer.

Il est impossible d'être concurrentiel sur les marchés mondiaux si l'on fabrique toute une gamme de produits pour le marché national. A cette fin, GE a transformé plusieurs de ses usines en unités de productions consacrées à des produits spécifiques fabriqués pour les marchés régional ou global. Le choix des produits exige que l'entreprise connaisse bien ses avantages les plus compétitifs par rapport aux autres fabricants dans l'industrie. Un des premiers critères de choix est la capacité d'avoir les coûts variables de produc-

tion les moins élevés. Sans cette capacité une entreprise n'est pas dans la course.

2. La productivité.

Pour préserver une marge de profit constante dans un environnement où les prix ne peuvent augmenter de plus de 1 % par année mais où l'inflation est de 4 à 5 %, la productivité doit s'accroître de 4 à 5 % par année. Aucun gain de productivité dans un marché qui n'autorise plus de hausse de prix conduit à la faillite entre 3 et 5 ans. La productivité n'est pas quelque chose de souhaitable : elle est fondamentale pour la survie de l'entreprise. Elle ne s'obtient pas avec de plus gros bâtons pour mieux fouetter les employés mais en attaquant tout ce qui pointe à l'horizon : bureaucratie, structure hiérarchique, procédés, produits.

3 et 4. La rapidité, la motivation et le pouvoir donné aux employés

M. Williams traite de ces deux questions simultanément en expliquant qu'un pas essentiel et efficace franchi par GE pour atteindre ses objectifs de coûts bas, de rapidité et de productivité a été le développement d'une culture corporative qui donne la parole aux employés. A cette fin, GE tient des assemblées de travailleurs de différents niveaux et de différentes fonctions pour des sessions de remue-méninges. Un problème est exposé au groupe - i.e. comment accroître la satisfaction de la clientèle ou réduire de 30 % le cycle de développement d'un produit-. Le personnel se réunit en groupes plus petits pour identifier les obstacles et proposer des solutions. Le tout fonctionne très bien parce que l'accent est mis sur l'action.

Trois concepts importants font partie de ce processus : la rapidité, la simplicité et la confiance en soi.

La rapidité distingue les perdants des gagnants. On n'a plus le temps de circuler les idées à travers toute la hiérarchie pour savoir si elles ont du sens. Nous avons besoin de rapidité et de réponses immédiates dans tout ce que nous entreprenons. Selon M. Williams, il est impossible de découvrir les problèmes sans écouter les employés qui les vivent dans leurs activités quotidiennes. A la suite de ces séances, les cycles de productions de plusieurs produits ont été réduits significativement en simplifiant les procédés utilisés.

La confiance en soi constitue l'une des valeurs fondamentales des séances de GE. Elle illustre la manière dont les employés s'apprécient et leur aptitude à susciter à mettre en place le changement. L'époque des études suivies des décisions annonçant aux employés quoi faire est révolue. La confiance en soi produit une culture qui ne se crispe pas face au changement, mais qui une culture stimulée par le changement, les opportunités et l'excitation qu'il génère.

**Le rédacteur en chef,
René-François Désamoré**

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :

René-François Désamoré

Rédacteurs : Louis Kovacs et Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

COLOMBIE — Une entreprise désire s'associer avec des sociétés canadiennes qui voudraient soumissionner des contrats de gestion de centrales électriques dans ce pays. La phase initiale, susceptible de commencer à la fin de l'année courante, comprend des contrats d'administration et de gestion d'une centrale hydraulique de 1000 MW, d'une centrale hydraulique de 10 MW et d'une centrale alimentée au charbon de 163 MW. Joindre Dr. Andres Sardi, Oganessoff Hermanos Ltda., Apartado Aero 4465, Bogota, Colombie. Tél. : 243-0140. Télécopieur : 282-5125.

HONGRIE — Une chaîne d'hôtels recherche des investisseurs (avec une part maximale de 50 pour cent de la propriété) pour construire trois hôtels ou des combinaisons hôtel/bureau à Budapest. Communiquer (en mentionnant le numéro de référence 90.1.0184) avec Mrs. Chikan, INVESTCENTER, Office for Investment Promotion Hungary, Dorottya u 4, Budapest H-1051. Tél. : (36-1) 118-5044/253. Télécopieur : (361) 118-3732.

PAYS-BAS — Une entreprise désire importer n'importe quels produits neufs destinés aux motocyclistes (pièces, accessoires, instruments, vêtements). Communiquer avec W. Dieckmann, IBEXB V, 28 Kasteeldreef, 5151 Rs Drunen, Pays-Bas. Tél. : 011-31-4164-74983. Télécopieur : 011-31-4163-73174.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise commerciale qui achète sur des périodes de 120 jours désire représenter sur le marché néo-zélandais des entreprises canadiennes qui fabriquent des abrasifs (solides, disques revêtus et meules tronçonneuses) et du matériel de construction de navires (poules marines, tins, taquets). Communiquer avec Diana Pratchett, Negotiations Secretary, Hancock Agencies,

P.O. Box 414, 99 The Terrace, Wellington, New Zealand. Tél. : (04) 726-761. Télécopieur : (04) 712-405.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société qui remet à neuf, entretient du matériel de terrassement et fournit des pièces connexes désire entrer en contact avec des fabricants/exportateurs de boulons à haute résistance, d'écrous en acier trempé, de niveleuses-arêtes tranchantes, d'embouts de versoirs, et de composantes de niveleuses et déssoucheuses à griffes (instruments scarificateurs, embouts de déssoucheuses à griffes). S'adresser à Murray Bowden, Priceright Parts and Machinery Ltd., P.O. Box 1121, 7 Gilltrap St.,

Managing Director, Lipco Food & Beverages Pte. Ltd., 180 Paya Lebar Road #02-07, Yi Guang Building, Singapore 1440.

SINGAPOUR — Des ingrédients de cuisson sont recherchés par Wong Chen Liong, Phoon Huat & Co. Pte. Ltd., 171 Bencoolen St., Singapore 0718.

SINGAPOUR — Une entreprise désire importer du blé roux (dur et tendre) et de la poudre de lactosérum (pour fabriquer de la poudre de lait instantané). Joindre Kwek Hock Choon, Manager, Everbright Import & Export, Blk 57 Geylang Bahru #02-3479, Singapore 1233. Tél. : 296-9856. Télécopieur : 925-2165.

Débouchés commerciaux

SINGAPOUR — Une entreprise désire importer du blé

Rotorua, New Zealand. Tél. : 64-73-485-082. Télécopieur : 64-73-460-123.

POLOGNE — Un fabricant polonais d'installations modernes à mouler désire établir une entreprise conjointe avec une firme canadienne. Il fabrique des moules pour le plastique et le caoutchouc, des poinçons de perforation, des estampes, des instruments et des moules pour la céramique. S'adresser à P. Delura, ZWLE "POLAM", Ul Karolkowa 32/44, 00-961 Varsovie, Pologne. Tél. : 32-15-14. Télécopieur : 32-61-21. Télex : 81-35-48.

SINGAPOUR — Une entreprise commerciale désire importer des produits alimentaires, de la confiserie, des boissons et des fournitures pharmaceutiques. Communiquer avec Ong Huat Kee, Managing Director, Yamakawa Trading Co. Pte. Ltd., 459 Tagore Ave., Singapore 2678.

SINGAPOUR — Du bois dur scié est recherché par Teo Boon Seng, Director, Goodhill Timber(S) Pte. Ltd., 26 Kranji Loope, Singapore 2573. Tél. : 269-5481. Télécopieur : 368-9812.

SINGAPOUR — Une société désire importer des machines d'emballage, des produits alimentaires et des boissons. Communiquer avec K.M. Tan,

roux (dur et tendre) et de la poudre de lactosérum (pour fabriquer de la poudre de lait instantané). Communiquer avec Kwek Hock Choon, Manager, Everbright Import & Export, Blk 57 Geylang Bahru #02-3479, Singapore 1233. Tél. : 296-9856. Télécopieur : 925-2165.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise d'importation et d'exportation désire entrer en contact avec des exportateurs canadiens de biens de consommation ainsi qu'avec des grossistes intéressés à importer des produits en cuir tchécoslovaque de bonne qualité, des ustensiles de cuisine et de la céramique. Communiquer avec Diane Foulds, E.C. Imports, Koulova 13, Prague 6, Tchécoslovaquie. Téléphone/télécopieur : (0422) 3111-565.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une firme désire établir un accord de coopération avec une entreprise canadienne pour la production et le montage de plaquettes de circuit électronique et de pièces connexes, d'instruments d'essai et d'étalonnage ainsi que de diverses pièces mécaniques. Communiquer avec Ing Jaroslav Ohec, ZMA Elektronika, 363 23 Ostrov, Tchécoslovaquie. Tél. : (0422) 164-4208. Télécopieur : (0422) 164-4024.

Europe 1992 : études sur les télécommunications

Les exportateurs canadiens dans le domaine des télécommunications qui désirent percer sur le marché européen auront bientôt à leur disposition une étude sur la manière de s'y prendre.

Commandée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à NGL Consulting Ltd., l'étude intitulée *Europe 1992 - partenariat stratégique : études sur les télécommunications - dispositions en matière de commercialisation* offre des conseils sur la commercialisation fondés sur les expériences de neuf fournisseurs canadiens dans le domaine des télécommunications en Europe — parmi lesquels huit sont couronnés de succès.

Des profils individuels mettent en évidence les ventes réalisées par chacune des entreprises en Europe, la stratégie de pénétration du marché et les moyens de vente utilisés, le choix d'agents et de distributeurs, les sources d'information et l'aide utilisées, les obstacles rencontrés et tout conseil utile destiné à d'autres sociétés canadiennes.

L'étude souligne aussi que ces études de cas reflètent un marché de services de télécommunication qui était encore hautement réglementé dans bon nombre de cas et, dans certains cas, contrôlé par des monopoles appartenant à l'État.

Toutefois, en raison de la tendance générale à la déréglementation accrue et de l'établissement d'un marché européen unique en 1992, le marché des télécommunications en Europe subira des changements au cours de la prochaine décennie. (Voir le guide d'AECEC intitulé *Impact de l'unification du marché européen : télécommunication et informatique*, que l'on peut se procurer à Info Export.)

Par conséquent, il devrait y avoir une augmentation considérable du nombre de clients en Europe en ce qui concerne une vaste gamme de produits de télécommunication ainsi que du nombre et de la diversité des services disponibles. Le nombre d'entreprises qui fournissent ces services nouveaux et améliorés devrait aussi s'accroître.

Selon l'étude, ces changements offriront des débouchés commerciaux ac-

crus aux fournisseurs de matériel et de services de télécommunication.

Pour obtenir un exemplaire de l'étude (il sera disponible plus tard au cours de ce mois) communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Pour tout renseignement sur les télécommunications en Europe de 1992, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne (RWM), AECEC. Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 944-0034.

Possibilités d'annonces dans la revue d'EXPO'92

FUTUR, la revue du Canada et du pavillon canadien à Expo'92, qui se tiendra à Séville, en Espagne, contient encore des espaces publicitaires pour les sociétés canadiennes qui voudraient atteindre certains des 50 000 visiteurs d'affaires à l'échelle internationale qui recevront des exemplaires gratuits de la publication lorsqu'ils visiteront à titre privé le pavillon canadien. **FUTUR** fait partie d'une campagne de commercialisation mondiale visant à attirer des affaires au Canada et de raffermir les relations du Canada avec la Communauté européenne et le monde en général. Pour obtenir d'autres informations ou se renseigner sur les frais, communiquer avec Mme Denise Castonguay, Inside Guide Magazine Limited, 111, avenue Road, bureau 801, Toronto M5R 3J8. Tél. : (416) 962-9184. Télécopieur : (416) 962-2380.

Comment se présenter à la FAA

(Suite de la première page.)

bre plus grand de fonctions relatives au contrôle de la circulation aérienne dans les terminaux, et encourage les propositions qui pourraient maximiser la capacité des aéroports et des lignes aériennes. Dans le cadre de la gestion de la circulation aérienne, on accorde aussi la priorité aux systèmes servant à fournir des renseignements pendant la descente.

Un autre élément que la FAA considère comme très important, c'est la sécurité dans le domaine du transport aérien, surtout en ce qui concerne la recherche sur les explosifs.

Comment se présenter

Les entreprises canadiennes devraient rendre visite aux responsables de la FAA — qui veulent être au courant de la nouvelle technologie, des nouveaux produits et des nouvelles manières d'aborder les problèmes — et les aviser de leurs capacités. Les deux responsables principaux sont le directeur exécutif du "Systems Development" qui dirige tous les programmes d'acquisition, l'ingénierie et le développement; et le chef de la "Logistics Services Contracts Division" auquel rendent compte tous

les agents des contrats.

Sur place, le personnel peut conseiller les entreprises quant au processus d'achat de la FAA, fournir la liste des fournisseurs de la FAA ainsi que des entreprises qui ont demandé des documents de soumission.

Un autre procédé important, selon M. Burt, c'est de « s'adresser aux entrepreneurs principaux ». Il suffit de dire : « Je suis spécialisé dans ce domaine. A qui devrais-je m'adresser dans votre entreprise? »

L'ambassade du Canada à Washington (D.C.) peut aider à établir ces contacts — ses locaux sont souvent à la disposition des entreprises canadiennes qui veulent faire des exposés techniques et de commercialisation à des organismes fédéraux américains et à des entrepreneurs principaux connexes.

Pour plus d'informations sur ces contrats ou d'autres, ou sur les possibilités qu'offre la FAA, joindre M^{me} Judith Bradt, ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Ave. N.W., Washington, D.C. 20001. Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

Un marché en expansion

Le Mexique : marché prometteur

Le Mexique est le plus grand partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays dépassé 2,3 milliards de dollars en 1990.

Et, à la veille de l'établissement de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), ce pays offre aux entreprises canadiennes des possibilités de ventes accrues.

Débouchés

Le Mexique, qui compte plus de 85 millions d'habitants, modernise et améliore sa base industrielle. Il aura donc besoin de nouvelles technologies et de nouveaux produits et services pour améliorer son infrastructure. En outre, son marché est devenu plus accessible.

Il offre des débouchés commerciaux considérables aux fournisseurs canadiens dans les secteurs suivants :

- les télécommunications,
- les logiciels destinés aux consommateurs,
- la manutention des matériaux,
- les produits agro-alimentaires,
- les produits et les services environnementaux,
- le matériel d'exploitation minière et d'extraction de pétrole et de gaz,
- l'électricité,
- le transport,
- le contrôle des procédés et l'instrumentation,
- les machines industrielles (en particulier pour l'industrie des plastiques), et
- les services spécialisés d'ingénierie et les produits de consommation.

Ce sont tous des secteurs qui deviennent de plus en plus importants pour le développement économique continu du Mexique.

Technologie et savoir-faire étrangers recherchés

La compétitivité et la productivité sont des éléments clés pour les exportateurs canadiens qui veulent percer sur le marché mexicain.

Les acheteurs des secteurs privé et public recherchent du matériel et des technologies qui amélioreront la qua-

blissement de nouveaux services privés de téléphone cellulaire et de transmission de données, acquis principalement auprès de fournisseurs étrangers, y compris le Canada.

En agriculture, le besoin d'améliorer les troupeaux locaux dans les secteurs laitiers et porcins a offert des possibilités considérables de vente d'animaux vivants et de matériaux génétiques.

Des investissements prévus, dans les secteurs public et privé, dans les domaines de l'énergie, de la production et de la distribution d'électricité, du transport et de la gestion des déchets dans l'environnement, offriront aussi des débouchés importants aux fournisseurs canadiens.

Agir maintenant

Le Mexique, situé dans notre « arrière-cour », est un marché logique pour le Canada. La ville de Mexico est située de 4 à 5 heures de vol de presque tous les grands centres urbains canadiens; les centres agricoles et industriels de Guadalajara et de Monterrey sont aussi une base importante de clients, avec des industries qui correspondent étroitement au savoir-faire et aux capacités du Canada.

Pour les exportateurs canadiens, l'élément clé, c'est de pénétrer **MAINTENANT** le marché mexicain afin de pouvoir tirer entièrement parti des avantages prévus d'un commerce nord-américain plus libéralisé.

Pour tout renseignement sur les débouchés commerciaux au Mexique, s'adresser à la Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 995-8804 ou 996-5359. Télécopieur : (613) 943-8806.

CANADA EXPO 92 à Monterrey

Nuevo Leon et les états voisins situés dans la région nord du Mexique offrent d'importantes possibilités d'exportation de produits manufacturés canadiens et de services connexes.

Pour tirer parti de ces possibilités, le plus grand effort de développement commercial jamais entrepris par le Canada au Mexique aura lieu à Monterrey, la capitale du Nuevo Leon, du 27 au 31 janvier 1992.

Plus de 150 exportateurs de partout au Canada participeront à CANADA EXPO 92, un salon canadien qui permettra de rencontrer des acheteurs et des partenaires mexicains.

Les autres éléments clés du programme comprennent des expositions sectorielles et techniques et des visites d'installations locales clés de fabrication et de recherche.

Monterrey occupe le deuxième rang au Mexique en tant que centre commercial (nombre d'habitants : 3 millions) après la ville de Mexico. Les industries locales produisent plus d'un tiers de l'ensemble des exportations du Mexique. En effet, plus de 7 000 fabricants qui offrent de la sous-traitance, produisent des pièces, achètent des produits et fournissent une vaste gamme de services de soutien industriel sont établis dans cette région. (Voir page 6 — CANADA.)

lité et accéléreront les procédés de fabrication. Le secteur privé en particulier reconnaît qu'un commerce nord-américain plus libéralisé ainsi qu'une capacité de faire efficacement concurrence sur les marchés de l'Europe et de l'Asie exigent des investissements dans de nouvelles usines et du nouveau matériel, une meilleure formation et des méthodes de production plus simplifiées et rentables.

Dans le secteur des télécommunications, la privatisation a favorisé l'éta-

Activités sur le Mexique parrainées par AECEC

Novembre 1991

20 — Calgary (Alta.) — Colloque sur les débouchés dans le secteur agricole au Mexique (en conjonction avec Agriculture Canada)

21 — St. John's (T.-N.) — Colloque sur les débouchés commerciaux au Mexique

22 — Moncton (N.-B.) — Colloque sur les débouchés commerciaux au Mexique

24-31 — Mexique — Mission de ma-

tériel et de services pétroliers à Mexico, D.F., et sur la côte du Golfe du Mexique (Villa Hermosa, Ciudad del Carmen)

Décembre 1991

2-6 — Mexique — Mission de systèmes d'information géographique à Mexico et à Aguascalientes

2-9 — Québec — Colloques sur les débouchés commerciaux au Mexique

9-16 — Mexique — Foire agricole de l'État de Queretaro

Janvier 1992

13-19 — Mexique — Foire agricole de l'État de Leon

26-31 — Monterrey, Nuevo Leon — CANADA EXPO 92

Mars 1992

2-5 — Mexico — Exposition de télécommunications ComExpo '92

21-24 — Guadalajara, Jalisco — Exposition nationale des détaillants et des grossistes de A.N.T.A.D. (produits alimentaires transformés)

CANADA EXPO 92

(Suite de la page 5.)

En outre, Monterrey est la plus grande ville industrielle mexicaine proche des États-Unis — située à 143 milles de Laredo (Texas) — qui offre un accès stratégique aux marchés et aux fournisseurs partout en Amérique du Nord.

A Monterrey, les installations de fabrication de qualité mondiale comprennent les automobiles, l'acier, le verre, le ciment, les plastiques et d'autres produits industriels. L'État de Nuevo Leon occupe la deuxième place au Mexique en tant que grand centre de développement économique; ses exportations atteignent 1,2 milliard de dollars US par an (presque le double des chiffres de 1984). Ses principales activités industrielles sont : la métallurgie, 41,7 %; les machines et le matériel, 12,6 %; les produits chimiques, le caoutchouc et les plastiques, 10,7 %; le bois, les meubles et les appareils ménagers, 8,1 %; les produits alimentaires, les boissons et le tabac, 7,5 %; et le verre, la céramique et les matériaux de construction, 7,4 %.

Pour tout renseignement sur CANADA EXPO 92 ou sur les débouchés commerciaux à Nuevo Leon ou dans d'autres régions du Mexique, communiquer avec la Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC. Tél. : (613) 996-8625 ou 995-8804. Télécopieur : (613) 943-8806.

Échanges commerciaux du Canada avec le Mexique

(De janvier à juin 1991 — en 000 \$ Cdn)

EXPORTATIONS AU MEXIQUE (1991)		IMPORTATIONS DU MEXIQUE (1991)	
Pièces de véhicules à moteur	37 700	Véhicules à moteur et pièces	437 000
Produits du fer et de l'acier	19 400	Moteurs et pièces	146 600
Huiles de pétrole	16 100	Machines de traitement des données et pièces	59 100
Viandes et bétail	10 000	Matériel de radio et de télévision	52 900
Pâte à papier	9 100	Ensembles de fils d'allumage	45 800
Soufre	7 400	Fruits et noix	41 900
Amiante	6 500	Légumes	39 900
Lait en poudre	5 900	Pétrole	38 900
Papier fin	5 200	Air climatiseurs et pièces	27 100
Papier journal	4 200	Objets en verre	19 000
Total	121 500	Total	908 200
Autres	49 300	Autres	223 500
Total des exportations	170 800	Total des importations	1 131 700

Le Mexique, un bon partenaire commercial

Le Mexique est le troisième pays d'Amérique latine quant à la superficie (après le Brésil et l'Argentine) qui n'atteint cependant qu'un cinquième de celle du Canada. Pays de langue espagnole le plus peuplé au monde, il occupe la deuxième place en Amérique latine quant au nombre d'habitants (après le Brésil).

L'un des défis clés que le pays doit relever, c'est la négociation de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) avec le Canada et les États-Unis.

L'économie locale est florissante

Producteur important de pétrole et de gaz naturel, le Mexique possède aussi des ressources minérales abondantes, surtout l'argent, l'or, le cuivre, le plomb, le zinc, le molybdène et le charbon.

Le Mexique est en train de subir une réorganisation économique approfondie. La reprise économique enregistrée par le pays depuis le milieu des années 1980 est impressionnante. Des taux de croissance annuels d'environ 4 % sont la norme depuis 1988.

On s'attend à ce que l'ensemble des achats de l'étranger augmentent de 40 % en 1991 —grâce à l'élimination des barrières tarifaires encore en vigueur et des nouveaux investissements.

Relations Canada-Mexique

Le Canada entretient depuis le XIX^e siècle des relations commerciales avec le Mexique. L'adhésion du Mexique au GATT en 1986 a considérablement amélioré les débouchés commerciaux pour les exportateurs canadiens, le commerce ayant augmenté considérablement à la fin des années 1980 après une période de croissance limitée.

En 1990, le commerce bilatéral a atteint 2,3 milliards de dollars, le Mexique ayant enregistré un excédent de 1,095 milliard de dollars. Cela représente la plus importante relation commerciale du Canada avec n'importe quel pays de l'Amérique latine.

Le Canada exporte principalement

vers le Mexique des produits agricoles, et en importe surtout des pièces d'automobile.

Plus de 160 sociétés canadiennes ont

déjà établi des entreprises conjointes au Mexique, où le total des investissements canadiens atteint environ 420 millions de dollars US.

Le Mexique : fiche documentaire

Données de base

Superficie : 1 958 201 km²

Population (1990) : 85 millions

Structure du pays : République fédérale, 31 États et un district fédéral (Mexico)

Villes principales et population (agglomération) :

- Mexico : 19,3 millions
- Guadalajara : 3,4 millions
- Monterrey : 3,1 millions

Économie

PIB par personne (1990) : 3 234 \$ US

Taux de croissance de l'économie (1990) : 3,9 %

Commerce extérieur (1990)

Total des exportations* : 26,8 milliards de dollars US

Total des importations* : 29,8 milliards de dollars US

Balance commerciale* : -3 milliards de dollars US

* Ces chiffres ne comprennent pas le commerce avec l'industrie en zone franche (maquiladora) qui a lieu principalement avec les États-Unis. Si celui-ci était inclus, la part américaine du commerce avec le Mexique serait de plus de 80 %.

Principaux marchés (1990) : États-Unis, 73 %; Canada, 5,5 %; Japon, 4,4 %; Espagne, 3,9 %; France, 1,6 %; Allemagne, 1,2 %.

Principaux fournisseurs (1990) : États-Unis, 64,3 %; Allemagne, 5,5 %; Japon, 4 %; France, 2 %; Canada, 1,7 %; R.-U., 1,5 %; Brésil, 1,2 %.

Commerce avec le Canada (1990)
Exportations à destination du Mexique : 594 millions de dollars (522 millions de dollars en 1987)

Importations en provenance du Mexique : 1,730 milliard de dollars (1,174 milliard de dollars en 1987)

Balance : -1,136 milliard de dollars (-652 millions de dollars en 1987)

Principales exportations canadiennes vers le Mexique (1990) : lait en poudre, acier semi-transformé, pièces de véhicules à moteur, matériel de télécommunication, pâtes et papiers, et hélicoptères.

Principales importations canadiennes du Mexique (1990) : véhicules à moteur et pièces, y compris des moteurs, matériel électronique, appareils électriques, processeurs numériques et fruits et légumes.

Investissement direct canadien (1990) :

• 417 millions de dollars US (ce qui représente 1,4 % du total de l'investissement étranger au Mexique, soit une augmentation de 15,5 % par rapport à 1989)

• les principales sociétés canadiennes sont notamment Placer-Dome, Mitel, Northern Telecom, Noranda, Moore Corp., Bata Shoes, Canada Wire, Cominco.

Nombre de visiteurs canadiens au Mexique (1990) : 350 000

Nombre de visiteurs mexicains au Canada (1990) : 18 800

Relations diplomatiques : établies le 27 avril 1944

L'ambassade du Canada : est située à Mexico.

Consulats honoraires : à Acapulco, Cancun, Guadalajara, Mazatlan, Puerto Vallarta, Tijuana et Oaxaca.

Financement de 720 millions US disponible

Les entreprises canadiennes qui cherchent des possibilités d'exportation de produits et de services au Mexique ont maintenant accès à des dispositions financières qui leur permettent d'être concurrentielles.

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) du Canada a signé, en juillet dernier, une nouvelle ligne de crédit allant jusqu'à 500 millions de dollars US avec Petroleos Mexicanos (Pemex), et une autre allant jusqu'à 10 millions de dollars US avec Bancomer.

En outre, la SEE a renouvelé et augmenté dix lignes de crédit existantes avec des banques et des organismes gouvernementaux mexicains pour un total de 210 millions de dollars US (y compris 20 millions de dollars US supplémentaires avec Pemex).

Les lignes de crédit permettent aux exportateurs canadiens d'offrir à leurs acheteurs mexicains un financement pouvant atteindre 85 % de la valeur des produits ou des services exportés. De plus, la SEE paie directement l'exportateur pour le compte de l'acheteur puis perçoit le remboursement de l'acheteur ou de l'emprunteur.

La SEE est l'organisme officiel de crédit à l'exportation; elle fournit de l'assurance-crédit à l'exportation, des prêts, des garanties et d'autres services financiers visant à favoriser les exportations canadiennes.

Pour plus d'information sur ces lignes de crédit, communiquer avec M^{me} June Domokos, gestionnaire, Mexique et Amérique du Sud, Société pour l'expansion des exportations, C.P. 655, Ottawa K1P 5T9. Tél. : (613) 598-2956. Ou téléphoner à l'un des bureaux régionaux suivants de la SEE : Vancouver, (614) 666-63234; Calgary, (403) 294-0928; Winnipeg, (204) 983-5114; Toronto, (416) 973-6211; London, (519) 645-5828; Montréal, (514) 283-3013; ou Halifax, (902) 429-0426.

Études de marché sur le Mexique

L'ambassade du Canada au Mexique a produit un certain nombre d'études de marché sectorielles visant à aider les exportateurs canadiens à tirer profit des débouchés dans ce pays.

La plupart de ces études donnent aussi des détails sur l'accès au marché, les droits d'importation et la manière de trouver des agents et des distributeurs locaux ainsi que sur les possibilités d'entreprise conjointe.

Pour obtenir un exemplaire de ces études, ou de n'importe laquelle des autres 16 études effectuées sur les secteurs au Mexique, communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Le pétrole et le gaz

Selon l'étude intitulée *Étude de marché sur l'industrie du pétrole au Mexique* (#26LF) (elle comprend aussi le gaz), l'entreprise de pétrole et de gaz du Mexique, Petroleos Mexicanos (Pemex), occupe la deuxième place au monde quant à la production de pétrole brut (2,7 MBPJ) et la septième place pour la capacité de raffinage.

Le marché du Mexique est hautement concurrentiel; par conséquent, les entreprises qui maintiennent une présence dynamique dans le pays et acquièrent une bonne réputation par la qualité de leurs produits, leurs prix concurrentiels et leurs services après-vente seront couronnées de succès.

En général, le matériel technologiquement perfectionné est le plus susceptible d'être importé. Voici une liste partielle du matériel traditionnellement importé par Pemex : tubes de canalisation en acier, surtout sans soudure; matériel de forage; vannes; pièces pour usines de traitement; palans et grues; trépan, pompes; compresseurs; matériel de traitement tel que les colonnes, échangeurs thermiques et refroidisseurs d'air; matériel de mesure et de contrôle; matériel de télécommunication; et matériel de sécurité.

Une ligne de crédit de 500 millions de dollars US accordée par la SEE fournira aux exportateurs une possibilité de participer au développement sectoriel.

Selon l'étude, les fournisseurs canadiens peuvent tirer parti de leur relative proximité du Mexique. Toutefois, l'étude souligne que pour profiter de ce marché croissant, ils doivent être plus entreprenants.

Les plastiques

Selon l'étude intitulée *Étude de marché sur l'industrie du plastique au Mexique* (#50LF), le marché mexicain des résines plastiques et des machines de traitement du plastique offrent des débouchés importants et croissants aux fabricants et aux fournisseurs canadiens.

Les machines qui offrent les meilleures possibilités de vente sont, entre autres, celles servant au moulage par soufflage, au laminage, au rotomoulage, au moulage, à la compression, au thermoformage, à l'enrobage, au calandrage, au calfeutrage, à la métallisation, à la galvanoplastie, à la décoration et au finissage.

Pour pénétrer ce marché attrayant et croissant mais hautement concurrentiel, les fabricants canadiens de machines et de matériel devraient bien commercialiser leurs produits.

L'exploitation minière

Selon l'étude intitulée *Étude de marché sur l'industrie minière au Mexique* (#25LF), les importations ont traditionnellement joué un rôle très important dans cette industrie.

Le matériel et les machines d'exploitation minière sont divisés en trois catégories : les machines d'exploitation minière, d'excavation, de terrassement et d'exploration; le matériel de préparation et de traitement des minerais; et le matériel de transport des matériaux, y compris les camions et les tracteurs.

D'après l'étude, on s'attend à ce que l'ensemble des importations de ces trois catégories augmente de 10 % annuellement, le Canada accaparant une part importante des machines d'exploitation minière, d'extraction et d'excavation.

Salon des machines agricoles au Kentucky

Louisville — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) patronnera un pavillon national de 2 700 pieds carrés au **National Farm Machinery Show** qui se tiendra dans cette ville du Kentucky du 12 au 15 février 1992.

Vu la limite des places disponibles, on accordera la priorité aux sociétés canadiennes prêtes à exporter aux États-Unis.

D'habitude, avec une liste d'attente comportant 300 noms, le salon agricole le plus grand au monde, qui a lieu à l'intérieur, attire des fabricants de matériel agricole, ainsi que des agents et des distributeurs de toutes les parties des États-Unis, et 225 000 visiteurs des États voisins.

De plus en plus d'exposants internationaux y participent. On s'attend à la participation, en 1992, d'exposants de la Grande-Bretagne, de la France, de l'Italie et du Japon pour y exposer, avec le Canada, du matériel, de la technologie et des services agricoles des plus modernes.

Pour plus d'informations sur le salon, communiquer avec un agent au Centre du commerce international le plus proche, ou communiquer avec M. Peter Egyed, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement aux États-Unis (UTI), AECEC. Tél. : (613) 991-9483.

Télécopieur : (613) 990-9119.

On peut aussi obtenir des renseignements auprès de M. Stephen Pickens, agent commercial, consulat du Canada, 250 East Fifth St., Suite 1120, Cincinnati, Ohio 45202, USA. Tél. : (513) 762-7655. Télécopieur : (513) 762-7802.

Le salon du camionnage du centre de l'Amérique

Louisville — Chaque grand fabricant de camions est représenté au **Mid-America Trucking Show** auquel Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera avec un pavillon national.

Ce salon, qui aura lieu dans cette ville du Kentucky, du 21 au 23 mars 1992, est le plus grand de son genre aux États-

Unis. Il compte quelque 650 exposants et attire plus de 30 000 visiteurs, y compris des propriétaires et des opéra-

teurs de camions et des compagnies de camionnage (qui possèdent de 1 à 10 camions). En outre, il offre de

Le salon offre de nombreuses possibilités d'établir des contacts à des niveaux élevés.

nombreuses possibilités d'établir des contacts à des niveaux élevés.

Pour de plus amples renseignements sur la participation au pavillon national (le nombre de places est limité), communiquer avec M. Alan McBride, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement aux États-Unis (UTI), AECEC. Tél. : (613) 993-5149. Télécopieur : (613) 990-9119; ou avec M. Stephen Pickens, agent commercial, consulat du Canada, 250 East Fifth St., Suite 1120, Cincinnati, Ohio 45202, USA. Tél. : (513) 762-7655. Télécopieur : (513) 762-7802.

Les entreprises qui désirent exposer à titre individuel, probablement près du pavillon canadien national et avec des moyens de promotion semblables, devraient s'adresser à M. Tim Young, Exhibit Management Associates, 3701 Taylorsville Road, Louisville, Kentucky 40220 USA. Tél. : (502) 458-4487. Télécopieur : (502) 473-0574.

Salon de la quincaillerie en Allemagne

Cologne — Des entreprises canadiennes sont recherchées pour participer à l'**International Hardware Fair** qui se tiendra dans cette ville allemande du 8 au 11 mars 1992.

Pour la troisième fois, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera avec un stand national de 200 mètres carrés dans un pavillon consacré au matériel du bricolage; et 200 mètres carrés dans un autre pavillon consacré seulement aux exposants d'instruments.

Cet important salon commercial annuel consiste en 14 aires d'exposition, chaque aire servant à l'exposition d'une ligne précise de produits : instruments, serrures, raccords, et fournitures de construction pour le bricolage.

A la foire de 1991, 14 entreprises canadiennes qui ont exposé ont déclaré des ventes prévues sur 12 mois de plus de 6 millions de dollars. Elles étaient parmi les 2 138 exposants venus de 37 pays afin d'exposer leurs produits et leurs services à 61 500 visiteurs de 89 pays.

Pour de plus amples renseignements sur le salon, s'adresser à M^{me} Gayle McCallum, Direction des foires et missions commerciales-Europe (RWTF), AECEC. Tél. : (613) 996-1530. Télécopieur : (613) 995-6319.

Réunion à Bangkok pour discuter des six pays de l'ANASE

Bangkok — Les nombreuses possibilités commerciales et d'investissement qui s'offrent aux entreprises canadiennes figureront parmi les sujets à l'ordre du jour d'une réunion qui se tiendra, du 26 au 28 novembre 1991, dans la capitale de la Thaïlande.

La deuxième réunion conjointe du Conseil de commerce ANASE-Canada (CCAC) étudiera un certain nombre d'autres questions reliées au commerce dans les pays de l'ANASE : Brunei Darussalam, Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour et Thaïlande.

L'ordre du jour portera sur les éléments suivants : secteurs prioritaires pour le commerce et l'investissement; domaines éventuels de coopération; stratégies pour pénétrer le marché de l'ANASE; nouveaux besoins de technologie dans la région; répercussions des changements économiques

dans les pays de l'ANASE sur l'activité commerciale du Canada dans la région; et mesures servant à promouvoir et à favoriser les relations économiques.

Le programme destiné aux délégués canadiens comprend aussi : des rencontres individuelles avec des cadres supérieurs du commerce de l'ANASE, des visites d'usines à l'intérieur et autour de Bangkok, des séances d'information offertes par des agents commerciaux canadiens sur les nouveaux faits économiques et politiques dans chacun des six pays de l'ANASE, des séances d'information sur les projets actuels et prévus et sur les possibilités qu'ils offrent aux entreprises canadiennes.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M^{me} Dianne Caldbick, Chambre de commerce du Canada, 55, rue Metcalfe, bureau 1160, Ottawa K1P 6N4. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

Salon d'articles de cadeaux aux États-Unis

Pittsburgh — Une superficie a été réservée à 13 fabricants canadiens d'articles de cadeaux et d'artisanat par le Bureau commercial du gouvernement canadien à un salon ayant lieu du 12 au 15 janvier 1992, dans cette ville de Pennsylvanie.

Le Western Pennsylvania Gift Show (WPGS), qui se tient pour la 42^e année, attire régulièrement de 4 500 à 5 500 personnes d'affaires du secteur des articles de cadeaux et d'artisanat. 9 entreprises canadiennes ont participé avec succès à la manifestation de 1991.

Le WPGS, qu'on recommande aux nouveaux exportateurs d'articles de cadeaux, recherche aussi des sociétés offrant des aliments de choix utilisés dans le secteur des cadeaux.

Pour tout renseignement, joindre M. Matthew Share, Bureau commercial du gouvernement canadien, One Gateway Center, 9th Floor, Pittsburgh, PA 15222. Tél. : (412) 392-2308. Télécopieur : (412) 392-2317.

Numéros à noter

Voici les nouveaux numéros de téléphone du consulat général à Kiev, en Ukraine : bureaux : (7 044) 291-89-78; administration : (7 044) 291-88-58; immigration/services consulaires : (7 044) 291-88-35. Télécopieur : (7 044) 291-89-58.

Les nouveaux numéros de l'ambassade du Canada à La Havane (Cuba), sont les suivants: téléphone : (011-53-7) 33-2516/33-2517/33-2383/33-2752; télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

Les numéros du haut-commissariat à Wellington (Nouvelle-Zélande) ont désormais un chiffre de plus. Tél. : 473-9577. Télécopieur (non-classifié) : 471-2082.

Nouveaux prix au secteur privé en développement international

La contribution du secteur privé canadien à titre de partenaire du développement en Afrique, en Asie, en Amérique latine et dans les Antilles sera reconnue par de nouveaux prix annoncés récemment par M^{me} Monique Landry, ministre des Relations extérieures et du développement international.

Les prix canadiens d'excellence pour l'apport du secteur privé au développement international ont été proposés par l'Association des exportateurs canadiens (AEC), avec le concours des sociétés Le Groupe SNC, Northern Telecom, Babcock & Wilcox, General Motors du Canada Limitée et celui de l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Les quatre prix, un symbole et une plaque portant une brève mention des réalisations de l'entreprise, seront remis pour reconnaître les réalisations dans les domaines de l'ingénierie, de la coopération industrielle, de l'environnement et du transport. Ils seront décernés pour la première fois au printemps de 1992, à l'occasion des 9^e consultations annuelles AEC-ACDI, à Ottawa.

Pour obtenir des détails sur l'admissibilité, la sélection des gagnants, ou des formulaires de candidature (la date limite est le 31 janvier 1992), communiquer avec M^{me} Paule Charest, Association des exportateurs canadiens, 19, chemin du Ravin, Sainte-Thérèse (Québec) J7E 2T5. Tél. : (514) 434-4196. Télécopieur : (514) 434-7164.

*L'expérience d'une entreprise***Persévérance et stratégie paient**

Les entreprises qui persèverent et qui ont une stratégie bien établie sont les plus susceptibles de remporter des contrats attribués par l'intermédiaire des institutions financières internationales (IFI).

C'est l'expérience de General Woods and Vener Consultants International (GWVCI), une entreprise d'experts-conseils qui compte 15 employés, dont le siège social est à Longueuil (Québec). Son expertise va de la gestion de grands projets de forêt à l'échelle internationale, aux études techniques dans les domaines de la forêt et de l'industrie axée sur le bois.

Contrats attribués

Le premier projet de GWVCI à l'échelle internationale était financé par l'Agence canadienne de développement international (ACDI). En 1985, la société a été chargée de réorganiser et de gérer un vieux complexe d'opérations de transformation du bois et d'exploitation forestière et de le préparer pour la privatisation.

Dans l'ensemble, la société a participé à des travaux financés par plusieurs IFI, y compris la Banque internationale pour la reconstruction et le développement (BIRD), l'Association internationale de développement (AID), la Société financière internationale, l'Organisation des Nations-Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), l'ACDI et l'Organisation des Nations-Unies pour le développement industriel (ONUDI).

Procédures couronnées de succès

Le directeur de la foresterie à la GWVCI, M. Pierre Méthot, a suivi certaines procédures pour réussir, les représentants de GWVCI s'efforçant de visiter les IFI un certain nombre de fois chaque année.

« Il est important de maintenir des relations étroites avec les responsables

des IFI, dit M. Méthot. Il faut connaître l'agent de programme pour les pays dans lesquels on recherche des travaux. »

L'importance de rencontrer des responsables des IFI est confirmée par les agents de liaison d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) dans les différentes banques multilatérales de développement. Ces rencontres permettent aux exportateurs de recueillir des renseignements importants sur les projets. En outre, des visites régulières augmentent la visibilité des exportateurs et peuvent souvent mener à des contacts personnels très utiles et de longue durée.

Pour tirer le meilleur parti de ces visites, les exportateurs devraient se préparer adéquatement en lisant toutes les listes de projets disponibles et en apprenant les règlements et les procédures qui s'appliquent à chaque banque — et, plus précisément, à chaque type de projet.

Ces efforts permettent à des entreprises telles que la GWVCI de donner l'impression qu'elles sont très motivées et professionnelles. Elles peuvent ainsi participer à un projet adopté et même encouragé par le personnel d'une banque.

Selon M. Méthot, dès qu'il a identifié un projet qui nécessite les compétences et l'expertise offertes par la société, la procédure habituelle suivie par GWVCI est de communiquer avec l'agent voulu à la banque afin d'obtenir des détails supplémentaires et les dernières informations sur le projet.

L'entreprise entre aussi en contact avec l'agence d'exécution dans le pays emprunteur (parfois deux ou trois ans avant que l'on dresse la liste restreinte d'experts-conseils) en vue de l'informer qu'elle désire participer à un projet futur.

M. Méthot recommande d'effectuer un certain nombre de visites au pays

emprunteur — même avant le début de la soumission.

« Ces visites sont nécessaires pour acquérir une connaissance du milieu culturel et établir un climat de confiance mutuelle entre l'entreprise et l'agence d'exécution », dit-il.

Il ajoute : « L'agence d'exécution doit bien connaître l'entreprise et ses cadres et se sentir à l'aise avec ces derniers. Cela ne peut être réalisé par la poste. »

Le personnel de la mission canadienne dans le pays emprunteur peut aussi fournir des conseils aux exportateurs canadiens en visite. Il est toujours bon de prendre contact avec la mission plusieurs semaines avant la visite.

Viser certains projets

De telles démarches nécessitent beaucoup de temps et d'efforts mais ne garantissent aucun résultat. Par conséquent, les exportateurs couronnés de succès apprennent rapidement à viser une gamme étroite de projets dans certains pays, et évitent d'exploiter trop de possibilités en même temps.

Une façon d'améliorer les chances, c'est d'être patient. Surveiller tous les projets, mais n'exploiter dynamiquement que les meilleures possibilités. Une entreprise qui limite ses efforts aux secteurs où les possibilités sont les meilleures et, de préférence, aux pays où elle a établi des relations importantes peut facilement réduire les risques et les coûts à des proportions raisonnables lorsqu'elle tente d'obtenir des contrats financés par les IFI.

Pour de plus amples renseignements sur les IFI et sur la manière de décrocher des contrats éventuels, communiquer avec la Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisations (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-0705. Télécopieur : (613) 943-1100.

AU CALENDRIER

Halifax — 4 novembre — Atelier sur la commercialisation des produits et des services environnementaux aux États-Unis. Communiquer avec M^{me} Marjorie Shaw, CCI. Tél. : (902) 426-6658. Télécopieur : (902) 426-2624.

Regina — 19 novembre — Faire des affaires au Japon. Colloque organisé par le Centre du commerce international (CCI) et la Fondation Asie-Pacifique. Communiquer avec M. David Dix, CCI. Tél. : (306) 780-6099. Télécopieur : (306) 780-6679.

Calgary — 20 novembre — Colloque sur les débouchés agricoles au Mexique. Communiquer avec M. Gil Rishchynski, LGT, AECEC. Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 943-8806.

St. John's — 21 novembre; **Moncton** — 22 novembre — Colloque sur les débouchés commerciaux au Mexique et dans les Antilles. Communiquer avec M. Gil Rishchynski, LGT, AECEC. Tél. : (613) 996-8625. Télécopieur : (613) 493-8806.

(nouvelles dates) **Vancouver** — 22 novembre; **Montréal** — 26 novembre; **Toronto** — 28 novembre — Colloque sur la Hongrie. Des experts hongrois et canadiens feront des exposés sur les débouchés commerciaux dans les secteurs suivants : services financiers, appareils médicaux et biotechnologie, aménagement de terrains, télécommunications, énergie et ressources, et logiciels informatiques. La Hongrie a attiré plus de 50 % des investissements étrangers directs en Europe centrale et de l'Est. Le 3 octobre, un Accord de protection des investissements étrangers a été signé à Ottawa par la secrétaire d'État aux Affaires extérieures,

M^{me} Barbara MacDougall, et le ministre hongrois des affaires étrangères, M. Géza Jeszenszky. Les colloques sont organisés par la Chambre de commerce Hongrie-Canada. Pour plus de renseignements, joindre M. McEvoy Galbreath, Ottawa. Tél. : (613) 236-8504. Télécopieur : (613) 237-7666.

Regina — 23-29 novembre — Canadian

Western Agribition. Communiquer avec M^{me} Debbie Faer, Canadian Western Agribition Association. Tél. : (306) 565-0565. Télécopieur : (306) 757-9963.

Montréal — 23 novembre-1^{er} décembre — Salon Agriculture et Alimentation International. Communiquer avec M. Robert Barbucci au (514) 289-9669. Télécopieur : (514) 289-8711.

Publications

Study on Commercial Prospects for Canadian Companies in the Bangladesh Oilseeds Sector (oléagineux). Disponible auprès de M. Robert Grison, Direction de l'expansion du commerce en Asie-Pacifique Sud, AECEC. Tél. : (613) 995-7659.

Consulting Services, Technology Transfer and Licensing in Brazil (#96LA). Préparé par l'ambassade du Canada, Brasilia, et révisé en 1989. Disponible auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Chilean Agriculture: Integrating into World Markets (#103LA). Ce rapport sectoriel a été préparé en mai 1990 pour le compte de l'ambassade des États-Unis à Santiago, Chili. Disponible auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

New Zealand Forestry Sector Report donne un aperçu des débouchés dont pourraient se prévaloir les entreprises canadiennes oeuvrant dans l'industrie forestière. Préparé par le consulat du Canada à Auckland, Nouvelle-Zélande

et révisé en août 1991. Disponible auprès de M. Gilles Potvin, PST, AECEC. Tél. : (613) 995-7662. Télécopieur : (613) 996-4309.

Sea Fare International 1991 (#84TB), une publication d'AECEC portant sur une foire commerciale annuelle de fruits de mer à Long Beach (Californie) qui porte le même nom, décrit la foire (la prochaine aura lieu du 12 au 14 février 1992) ainsi que les débouchés commerciaux en Californie et dans l'ensemble des États-Unis en ce qui concerne les produits à base de fruits de mer canadiens. On y donne des sources de renseignements importantes. On peut obtenir des exemplaires de la publication auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Market Study — Panama Agriculture and Livestock Sector. Préparé en août 1991 pour le compte de l'ambassade du Canada, San José, Costa Rica. Disponible auprès de M. Tom Bearss, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles, AECEC. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

InfoExport

Affaires extérieures

OTTAWA

OCT 29 1991

MENTAL LIBRARY

LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Part paid Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°19

15 novembre 1991

DANS CE NUMÉRO

Séminaires sur l'étiquetage des aliments aux États-Unis	2
Foires commerciales	4-5
Représentants américains recherchent produits canadiens	6
La Direction des services financiers et des services aux entreprises	7

Le Nicaragua présente des débouchés multiples

La situation politique se stabilise au Nicaragua. Le moment est propice pour les entreprises canadiennes d'établir ou de renouveler des relations commerciales au Nicaragua.

Débouchés

Des débouchés existent pour les matières premières et le matériel industriel, les matériaux de construction, les fournitures médicales, ainsi que le matériel d'hôpital, de transport, électrique, de télécommunications et agricole.

Les délégués commerciaux à l'ambassade du Canada au Costa Rica voisin, responsables du Nicaragua, ont récemment effectué une visite de promotion à Managua, où ils se sont réunis avec des représentants de plus de 100 entreprises nicaraguayennes.

Ils ont constaté que les distributeurs et les fabricants nicaraguayens désirent vivement établir de nouvelles relations commerciales avec des exportateurs canadiens. Après environ 12 ans de stagnation économique, le pays a besoin de presque chaque produit de base imaginable. On accorde la priorité à l'agriculture et aux industries de fabrication et de construction. Cela entraîne une augmentation rapide de la demande

...les sociétés seront mieux servies par un agent local...

de machines, de matériel et de matériaux.

Le gouvernement sera bientôt en mesure d'emprunter des fonds de la Banque interaméricaine de développement (BID) et de la Banque mondiale pour le renouvellement et le développement nécessaires de l'infrastructure.

Avec une pénurie d'énergie imminente et des besoins importants en matière d'amélioration de l'infrastructure dans les secteurs du transport, de l'eau, des eaux usées, de l'environnement et

(Voir page 3: Le Nicaragua.)

Qui achète quoi en matière de défense aux États-Unis

Les entreprises canadiennes disposent d'un système d'accès direct aux possibilités d'exportation sur les marchés d'approvisionnement dans le domaine de la défense aux États-Unis.

Le Defence Contractors Information System (CIS), auquel les sociétés canadiennes peuvent accéder par l'intermédiaire du Canadian Defence Production Office (CDPO) à Philadelphie, est un système d'information informatisé à l'échelle des États-Unis, qui fournit des renseignements sur les éléments suivants :

- les entrepreneurs principaux aux États-Unis — des informations sur les besoins en matière d'achats de centaines d'entrepreneurs principaux partout aux États-Unis;
- la publication *Commerce Business Daily*, qui contient les demandes d'achat quotidiennes et les contrats attribués par tous les organismes gouvernementaux militaires et civils.
- La publication intitulée "*U.S. Department of Defence (DOD) Procurement History*" contient l'histoire complète de tous les achats du DOD : histoire des prix, quantités achetées, organismes acheteurs, activités des concurrents et ventilation des pièces des systèmes d'armement principaux.

Le CIS est un instrument de marketing

facilement utilisable. Il permet d'identifier les organismes ou les entreprises qui achètent un certain produit et de localiser ces acheteurs dans un secteur choisi du marché aux États-Unis. En outre, il donne un aperçu quotidien des appels d'offres et des contrats principaux attribués à l'industrie de la défense aux États-Unis, ce qui permet de se tenir au courant des tendances et de l'histoire des prix de tous les articles achetés par le DOD.

Les entreprises qui désirent avoir accès au système CIS devraient d'abord s'inscrire auprès du bureau de Philadelphie afin d'obtenir le numéro d'accès 1-800. Ces sociétés recevront un questionnaire d'admissibilité, suivi par le logiciel servant à traiter les données. Dès que les entreprises sont prêtes à consulter la banque de données au moyen du numéro 1-800, elles doivent uniquement verser un droit raisonnable pour le temps machine utilisé.

Il est possible d'obtenir des renseignements supplémentaires auprès de James J. Ganderton, Canadian Defence Production Office, Mail Code ASO (CNDA), 700 Robbins Avenue, Philadelphia, PA 19111, USA. Tél. : (215) 697-1264. Télécopieur : (215) 697-1265.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

Séminaires pan-canadiens sur la nouvelle législation américaine relative à l'étiquetage des aliments

En février 1992, une série de séminaires sera offerte dans huit villes du Canada afin d'informer les exportateurs canadiens de produits alimentaires, de boissons et de produits de la pêche des modifications sur le point d'être apportées aux lois sur l'étiquetage des aliments aux États-Unis (É.-U.).

D'après les organisateurs, les entreprises qui désirent maintenir ou élargir leur part de l'énorme marché américain du commerce de détail et des services de l'alimentation devraient assister aux séminaires parce que les nouveaux règlements proposés par la Food and Drug Administration (FDA) des É.-U. — aux termes de la Nutrition Labelling and Education Act — auront d'importantes répercussions sur les activités commerciales de toutes les sociétés qui désirent vendre leurs produits agro-alimentaires et de la pêche sur un marché américain en rapide évolution et très dynamique.

Ces modifications mettent littéralement en jeu des milliards de dollars de ventes potentielles. Toutes les entreprises canadiennes — surtout les PME — qui veulent exporter des produits agro-alimentaires et de la pêche aux É.-U. doivent s'assurer qu'elles ne perdent pas leur part du marché actuelle ou potentielle à cause d'un manque de préparation.

Les séminaires, organisés par Af-

aires extérieures et Commerce extérieur Canada en collaboration avec d'autres organismes gouvernementaux fédéraux et provinciaux partout au pays, se tiendront dans les villes suivantes :

Montréal (Ste-Hyacinthe) : 5 février;
Halifax : 6 février;
Moncton : 7 février;
Toronto (Mississauga) : 19 et 20 février;
Winnipeg : 24 février;
Saskatoon : 25 février;
Edmonton : 26 février; et
Vancouver : 27 février.

Les séminaires expliqueront également la manière dont les règlements de la FDA seront mis en application aux postes douaniers le long de la frontière entre le Canada et les É.-U.

A chaque séminaire, les représentants de la FDA participeront aussi à une table ronde avec des experts canadiens des secteurs public et privé, y compris des agents commerciaux des missions d'AECEC à Boston, Buffalo, Detroit, Minneapolis et Seattle.

Les personnes qui désirent recevoir d'autres renseignements peuvent communiquer avec les personnes-ressources suivantes :

Montréal : M. Ramon Custeau, ministère des Affaires internationales, gouvernement du Québec. Tél. : (514)

499-2176. Télécopieur : (514) 873-1161.

Halifax : M^{me} Kirsten Tisdale, Centre de commerce international, gouvernement du Canada. Tél. : (902) 426-9957. Télécopieur : (902) 426-2624.

Moncton : M. John Richard, Centre de commerce international, gouvernement du Canada. Tél. : (506) 857-6459. Télécopieur : (506) 857-6429.

Toronto : M^{me} Maureen Angus, ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario. Tél. : (416) 861-2985. Télécopieur : (416) 861-2999.

Winnipeg : M. Dave Lewis, Industrie, Sciences et Technologie Canada. Tél. : (204) 983-2187. Télécopieur : (204) 983-2187.

Saskatoon : M. Nelson Barsi, ministère de la Diversification économique et du Commerce de la Saskatchewan (Regina). Tél. : (306) 787-2193. Télécopieur : (306) 787-2198.

Edmonton : M^{me} Deb Millar, ministère de l'Agriculture de l'Alberta. Tél. : (403) 427-4241. Télécopieur : (403) 422-9746.

Vancouver : M^{me} Heather Scholefield, B.C. Trade Development Corporation. Tél. : (604) 844-1900. Télécopieur : (604) 660-2457.

Pour obtenir des informations générales sur la FDA et sur des questions concernant le rôle d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, et pour obtenir (le cas échéant) des précisions sur les programmes d'autres ministères fédéraux, veuillez communiquer avec M. Peter Egyed, agent de commercialisation, Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 991-9483. Télécopieur : (613) 990-9119.

CANADÉXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADÉXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Le Nicaragua à la recherche de produits

(Suite de la première page.)

de l'enseignement, les exportateurs devraient surveiller les projets financés à l'échelle internationale dans ces domaines et agir maintenant pour en tirer parti.

La situation économique

L'inflation galopante des récentes années a été maîtrisée. En outre, la stabilité de la nouvelle monnaie et sa convertibilité au Nicaragua signifient que les importateurs ont plus facilement accès aux dollars pour payer leurs besoins.

De nombreuses compagnies qui étaient actives dans les années 70 se remettent à fonctionner. Les fabricants élaborent des plans pour renouveler leur usine et leur matériel, et bon nombre de personnes d'affaires expérimentées retournent pour établir des entreprises et tirer parti d'une période de croissance considérable qui aura lieu pendant les années prochaines. Ce qui était une économie fermée — la plupart des importations étaient effectuées par des organismes d'État — retourne rapidement à une économie privée axée sur les secteurs. De plus, la plupart des entreprises d'État seront vendues ou dissoutes par le gouvernement la prochaine année ou les deux prochaines années.

Sources de renseignements

Les sociétés canadiennes qui désirent faire des affaires au Nicaragua seront mieux servies par un représentant ou un agent local au Nicaragua.

Les délégués commerciaux au Costa Rica disposent actuellement d'une solide base de données sur les importateurs admissibles qui désirent représenter une grande diversité d'entreprises canadiennes. Pour obtenir quelques exemples de certains de ces débouchés ou les noms d'agents éventuels, consulter la section «Débouchés commerciaux» ci-après.

Pour obtenir de plus amples rensei-

gnements et les noms des sources éventuelles de renseignements sur les entreprises au Nicaragua, communiquer avec les délégués commerciaux à l'ambassade du Canada au Costa Rica, Apartado Postal 10303-1000, San José, Républi-

que du Costa Rica. Tél. : (011-506) 55-35-22. Télécopieur : (011-506) 23-23-95. Téléx : (Destination 376) 2179 (DOMCAN CR). Câble : DOMCAN SAN JOSE.

Débouchés au Nicaragua

- Noel Fernandez Rogue, directeur, Reimex S.A., recherche des fournisseurs de **papers spéciaux en rouleaux** (bond, papier pour ordinateur, crêpe, papier registre, paraffiné). Tél. : 75761. Télécopieur : 505-678375, Managua.
- Noel Robleto Falla, directeur, Roberto Toran S.A. (Division Medica) recherche des fournisseurs de **produits pharmaceutiques et vétérinaires**. Tél. : 40221. Télécopieur : 505-42177, APDO.689, Managua.
- Luis Lacayo, directeur, Poliquimicos de Centroamerica S.A., recherche des fournisseurs d'**engrais et de produits chimiques agricoles et industriels**. Tél. : 74193. Télécopieur : 505-74193, APDO.2812, Managua.
- Lic. Bavarda Sarvedra M., directeur général, Servicios and Negocios Diversos, recherche des fournisseurs de **produits industriels, d'outils, de matériel automobile, de matériel de réfrigération et d'accessoires électriques**. Téléphone/télécopieur : 663802, APDO.4325, Managua.
- Ing. Jorge D. Guerra Zeussys, directeur général, Agricola Industrial Nicaraguense S.A., recherche des fournisseurs de **machines et de produits chimiques agricoles**. Tél. : 31685/31686. Télécopieur : 505-31687, APDO, Managua.
- Marvin Martinez E., président, Marvin Martinez and Co. Ltda., recherche des **boulons, des écrous et des vis pour l'industrie automobile**. Tél. : 4306. Télécopieur : 505-44870, APDO.693, Managua.
- Lic. David Flores S., directeur général, Ferrreteria Tecnica S.A., recherche des fournisseurs de **tous les types de matériel de réfrigération et d'entreposage frigorifique**. La société s'intéresse aussi à tous les genres de **quincaillerie, de produits électriques, de fournitures de plomberie et de matériaux de construction**. Téléphone/télécopieur : 41975, APDO.4350, Managua.
- Uriel Cuadra R., président, Reprinsa, recherche des **matériaux de base devant être utilisés pour la fabrication de produits pharmaceutiques et de produits en métal ferreux, y compris de l'acier laminé, des formes profilées et du fer chromé pour l'industrie de la construction**. Téléphone/télécopieur : 505-73725, APDO.375, Managua.
- Lic. Julio Tapia, directeur général, Cocinsa, recherche des **matériaux réfractaires et des matériaux de construction** (fournitures électriques, tubes, loquets et quincaillerie générale). Tél. : 66286/96990. Télécopieur : 505-662539, APDO.2343, Managua.

Exposition de télécommunications en Corée

Communications Network/Korea (la deuxième exposition et conférence annuelle internationale dans le domaine des télécommunications), se tiendra du 12 au 15 février 1992. L'exposition devrait attirer des entreprises du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Asie ainsi que des cadres supérieurs chargés des achats en Corée pays et en Asie.

La présence prévue d'un grand nombre d'exposants et d'acheteurs n'est pas surprenante : les dépenses totales de la Corée en services de télécommunications devraient dépasser 22 milliards de dollars d'ici 1995.

La Corée compte aussi installer jusqu'à 2 millions de lignes téléphoniques par an, y compris le remplacement du matériel existant d'ici l'an 2000. Le pays a déjà commencé à numériser ses réseaux de télécommunications en vue de posséder un réseau numérique à intégration de services (RNIS) au cours de la prochaine décennie.

Les besoins du pays en matière de produits et services vont du matériel de diffusion au matériel de sécurité et de surveillance en passant par les systèmes

téléphoniques, les communications commerciales, le matériel de transmission de données, les communications militaires, le service d'information en direct, le câble en fibres optiques et la technologie qui s'y rapporte ainsi que le matériel de communications par satellite.

Pour de plus amples renseignements

sur **Communications Network/Korea**, où le gouvernement du Canada parrainera un pavillon national, s'adresser à M. Cameron Miller, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Exposition de brochures et catalogues au salon des produits pharmaceutiques

Karachi/Lahore — Les fabricants canadiens de produits médicaux et pharmaceutiques et d'autres entreprises qui peuvent exporter des produits ou des formules ont la possibilité de se faire connaître au Pakistan en exposant des brochures ou des échantillons de produits, du 5 au 9 janvier 1992.

Un emplacement a été réservé par le Haut-Commissariat du Canada à Islamabad au **Canadian Pharmaceutical and Medical Products Catalogue Show** (salon canadien des catalogues de pro-

duits pharmaceutiques et médicaux).

Les autres secteurs qui pourraient tirer profit de la participation au salon sont, entre autres, les fabricants canadiens de matériel clinique, médical et de laboratoire, de produits chimiques pour diagnostic et de médicaments vétérinaires.

Les produits seront exposés à l'intention d'acheteurs importants, y compris de grands importateurs, utilisateurs, médecins, administrateurs d'hôpitaux et de laboratoires ainsi que des cadres médicaux pakistanais — représentants d'une population de 120 millions de personnes, qui a importé l'année dernière des médicaments d'une valeur de 200 millions de dollars CAN et du matériel médical d'une valeur de 20 millions de dollars CAN.

Outre la publicité faite par le salon, les participants peuvent recevoir une liste des importateurs de bonne foi et des détenteurs de licences de fabrication qui s'intéressent à leurs produits. Leur nom peut aussi figurer sur une liste dans un catalogue du salon qui sera distribué sur une grande échelle au Pakistan.

Pour participer, contacter Mme Donna Schwartzburg, Direction de l'agro-alimentaire, des produits de la pêche et des ressources (TAA), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4209. Télécopieur : (613) 943-1103.

Salon des produits alimentaires et des boissons

Barcelone — Environ 25 entreprises canadiennes sont recherchées pour participer au pavillon national du Canada au **International Food & Beverage Show (Alimentaria 92)** (salon international des produits alimentaires et des boissons), qui se tiendra, dans cette ville, en Espagne du 7 au 12 mars.

Alimentaria 92, considéré comme le plus grand salon international spécialisé de l'alimentation au monde, attire plus de 200 000 visiteurs professionnels et jusqu'à 2 000 exposants vers un marché qui importe annuellement des produits de la pêche d'une valeur de 1,5 milliard de dollars.

A **Alimentaria 92**, les entreprises canadiennes présenteront de la morue, du merlu, des palourdes, de la bernacle, du homard et du saumon ainsi que des produits de la pêche préparés, qui sont très recherchés en Espagne.

Parmi les autres aliments de choix qui seront présentés, mentionnons le miel, le sirop d'érable, les myrtilles congelées, le maïs doux en conserve, les pizzas congelées et l'eau minérale.

La participation du Canada à **Alimentaria 92** est préparée (en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et l'ambassade du Canada à Madrid) par M. Louis D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., 1224, avenue Greene, Westmount (Québec) H3Z 2A3. Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

Foires commerciales internationales

• **7th Middle East Food and Equipment Show (MEFEX 92)** (7^e salon des produits alimentaires et du matériel du Moyen-Orient) — 11-14 janvier 1992 — Bahrein. Située au centre des États du Golfe (produit national brut : 65 milliards de dollars), la foire attire des cadres supérieurs chargés des achats d'un Koweït nouveau ainsi qu'un nombre record d'exposants de tous les secteurs de l'industrie des produits alimentaires et des boissons : produits finis, matières premières, matériel de transformation et d'emballage, et produits de l'industrie d'accueil. S'adresser à M. Derek Complin, UNILINK, 50 Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

• **Hong Kong International Toys & Games Fair** (foire internationale des jouets et des jeux de Hong Kong) — 13-16 janvier 1992 — En moyenne, la foire compte 390 exposants et 14 000 visiteurs du monde entier. Elle est considérée comme la foire commerciale de jouets et de jeux la plus grande et la plus achalandée en Asie. Communiquer avec le Hong Kong Trade Development Council, bureau 1100, National Building, 347, rue Bay, Toronto M5H 2R7. Tél. : (416) 366-3594. Télécopieur : (416) 366-1569.

• **Hong Kong Fashion Week** (semaine de la mode à Hong Kong) — 21-24 janvier 1992 — Cette foire commerciale, qui attire des acheteurs et des distributeurs d'articles de mode, est une manifestation principale pour l'industrie de la mode en Asie. Elle comporte des vêtements pour femmes, enfants et des vêtements de sport, ainsi que des accessoires et des tissus de mode. Utiliser les mêmes coordonnées que celles de l'avis relatif à Hong Kong, ci-dessus.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas aux foires ci-dessus.

Exposition de télécommunications pour les marchés d'Arabie et du Koweït

Riyad — Un kiosque d'information et une salle d'accueil auxquels les entreprises canadiennes peuvent louer de l'espace, seront disponibles à SAUDICOM 92, l'exposition bisannuelle des communications en Arabie saoudite.

L'exposition, qui se tiendra du 26 au 30 janvier 1992, attire un grand nombre d'exposants internationaux — qui désirent tous accaparer une part des ressources que l'Arabie saoudite dépense sur le matériel de communications de pointe (on estime que les investissements annuels seront de 1 500 millions de dollars US d'ici la fin de la décennie).

SAUDICOM 92 est également sur le point de desservir le grand et lucratif marché de réseaux de télécommunications au Koweït. On s'attend à ce que ce pays investisse environ 3 milliards de dollars US pour remplacer son infrastructure de télécommunications détruite

pendant la crise du Golfe.

La manifestation est une occasion de marketing idéale pour les entreprises qui viennent de pénétrer ce marché, pour celles qui sont établies et qui désirent maintenir et étendre leur présence sur celui-ci et pour celles qui veulent soutenir les efforts de leurs agents et distributeurs.

Pour se renseigner sur l'exposition, communiquer avec M. Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025; ou avec M. Ian Burchett, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient (GBT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 993-7043. Télécopieur : (613) 990-7431.

Activités commerciales au Mexique

Mexico, D.F.

• 20 décembre - 7 janvier — XIth Popular Toy Fair (XI^e foire commerciale de jouets populaires)

• 5-7 février — Expo Hospital Mexico 92 (exposition de matériel pour hôpitaux de Mexico de 1992)

• 29 février - 8 mars — XIIIth International Book Fair (XIII^e salon international du livre)

• 7-10 juin — Petro Expo Mexico 92

Guadalajara, Jalisco

• 21-25 janvier — Spring Fashion Expo 92 (exposition de vêtements printaniers)

• 12-14 février — Expo Automation (exposition d'automatisation)

• 20-23 février — Furniture Expo 92 (exposition de meubles)

• 3-6 mars — Expo Medica 92

• 3-6 mars — International Milk Products and Equipment Expo (exposition internationale de produits et de matériel laitiers)

• 12-14 mars — Expo Publicistas (relations publiques et publicité)

• 23-26 mai — Footwear Expo 92 (exposition de chaussures)

Monterrey, Nuevo Leon

• 28 novembre - 18 décembre — National Automotive Expo (exposition nationale de l'automobile)

• 19-25 avril — XXIIth Regional Livestock Fair (XXII^e foire régionale du bétail)

• 12-15 mai - MaquinaMex 92 (machines-outils)

• 1-15 mai - XLVIII^e exposition agricole nationale

Pour de plus amples renseignements sur ces manifestations, communiquer avec la Direction du commerce en Amérique latine et dans les Caraïbes, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-8625 ou 995-8804. Ou s'adresser au Service commercial, ambassade du Canada, Mexico. Télécopieur : 011-525-545 1769.

Listes d'agents manufacturiers américains

L'ambassade du Canada à Washington a établi une base de données sur les représentants admissibles de fabricants qui désirent représenter des produits et services canadiens.

Ces représentants sont habitués à faire des affaires dans un milieu très concurrentiel et à ne représenter que des sociétés prêtes à exporter (c.-à-d. au moins capables d'offrir un prix en dollars US, y compris les taxes, les droits d'importation, le transport, l'assurance; autrement dit, le prix du produit à la

porte de l'agent manufacturier). Pour obtenir une liste des représentants dans votre catégorie de produit, veuillez communiquer avec M.M. Ellenbogen, Canadian Embassy, 501 Pennsylvania Avenue, N.W., Washington, DC 20001. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7619.

Voici une liste partielle des produits et services recherchés par ces représentants. La liste sera complétée dans des numéros futurs de *CanadExport*.

Catégories de produits	Nombre de représentants	Catégories de produits	Nombre de représentants
Abrasifs	13	Dispositifs de fixation	22
Produits et services de publicité	1	Revêtement de sol et de mur	9
Aérospatiale et aviation	20	Produits chimiques pour aliment et boissons	2
Matériel et machines agricoles	18	Transformation des aliments et des boissons	11
Appareils ménagers	13	Produits et services reliés aux aliments et aux boissons	8
Architectes et concepteurs d'intérieur	42	Matériel de service dans les domaines des aliments et des boissons ..	11
Art et artisanat	7	Meubles et mobilier	42
Automatisation - robotique	8	Produits et services reliés au gaz et au pétrole	18
Automobile - marché secondaire	16	Industrie du verre - matières premières et produits	6
Automobile - constructeur OEM	20	Gouvernement	35
Constructeurs et entrepreneurs	71	Graphisme et imprimerie	3
Matériaux et fournitures de construction	45	Quincaillerie et articles ménagers ..	31
Fonte et forge	39	Produits de santé et de beauté	7
Produits chimiques industriels	13	Chauffage, ventilation et climatisation	62
Produits chimiques d'entretien	12	Camions et remorques à usage industriel	11
Revêtement	12	Amélioration des maisons	21
Matériel, logiciel et terminaux informatiques	22	Importation et exportation ..	8
Matériel et machines de construction	23	Machines et matériel industriels ...	55
Appareils et instruments de contrôle	38	Fournitures industrielles	41
Matériel électrique grand public	18	Moulage par injection, pièces et fournitures	10
Matériel électrique technique et industriel	67	Bijouterie	1
Électronique - communications	15	Pelouse et jardin	21
Électronique - composants et matériel	27	Éclairage	19
Électronique - produits grand public ..	11	Lubrifiants	6
Électronique - produits techniques ..	27		
Énergie	23		
Ingénierie et conception	41		

Contrats de la CCC

Atlantis Aerospace Corporation, à Brampton, fournira des simulateurs de maintenance pour hélicoptères à la Marine et à l'Armée australiennes pour 6,95 millions de dollars.

La Division de l'avionique de la Compagnie Marconi Canada, de Kanata, a obtenu un contrat de 5 millions de dollars US pour la fourniture d'affichages de contrôle au Commandement logistique aérien Warner Robins, en Georgie.

La British Columbia Research Corporation, Vancouver, a obtenu un contrat de 2,3 millions de dollars US pour la mise au point, pour le compte des Forces armées américaines, d'une norme d'évaluation du danger pour la santé des chocs mécaniques et des impacts répétés dans les véhicules militaires.

Exotemp Ltd., à Pembroke, a décroché deux contrats d'une valeur totale de 3,2 millions de dollars pour la fourniture de tenues de transfert thermique au ministère de la Défense du Royaume-Uni.

Hermes Electronics Limited, à Dartmouth, a obtenu un contrat de 2,5 millions de dollars US pour la mise au point d'une nouvelle bouée acoustique pour le United States Naval Avionics Center d'Indianapolis.

Un contrat de 12,9 millions de dollars US a été attribué à la société Heroux Inc., de Longueuil, pour la fabrication et la fourniture de trains principaux d'atterrissage pour les avions KC-135R de l'armée de l'air des États-Unis.

ICI Explosives Canada, à North York, a obtenu un contrat de 9 millions de dollars US pour la fabrication et la vente d'explosifs TNT à l'Armée de terre américaine, à Rock Island (Illinois).

La Direction des services financiers et des services aux entreprises d'AECEC

Le secteur des services emploie plus de 70 % des Canadiens et représente 65,4 % de notre produit intérieur brut (PIB). Le gouvernement a donc décidé pour mettre davantage l'accent sur les industries de services. L'une des mesures prises par AECEC afin d'améliorer son aide au secteur privé dans ce domaine a été l'établissement d'un centre de coordination chargé des services. L'ancienne Direction des services financiers internationaux et des projets d'immobilisations a été rebaptisée Direction des services financiers et des services aux entreprises afin de mieux refléter cette nouvelle orientation. Toutefois, la Direction conserve son rôle de financement des exportations.

La Direction, qui a été réorganisée, se compose de deux sections : la section du financement des exportations et la section des services.

La section du financement est chargée de toutes les questions relatives au financement des exportations par la Société pour l'expansion des exportations par l'intermédiaire du Compte du Canada. Cela comprend le financement concessionnel ainsi que la surveillance des politiques et des pratiques des autres pays commerciaux principaux en ce qui concerne le financement des exportations. Elle est aussi chargée de participer aux négociations dans le cadre du Consensus de l'OCDE.

Bien qu'elle conserve sa fonction antérieure consistant à promouvoir et à améliorer l'accès du Canada aux projets financés par les institutions financières internationales (IFI), telles que la Banque mondiale, ou aux projets d'immobilisations, elle contribue davantage à promouvoir les exportations de services canadiens.

La section des services compte actuellement cinq personnes qui collaboreront étroitement avec les industries de services. Traditionnellement, la Direction a orienté ses efforts vers trois do-

maines principaux : génie conseil, architecture et construction. Ces secteurs sont étroitement reliés aux projets d'immobilisations, que ceux-ci soient financés par les IFI ou par d'autres sources.

Bien que le gouvernement continuera à soutenir ces secteurs en matière de marketing, des efforts semblables seront consacrés aux nombreuses autres industries de services en raison de leur importance globale dans l'économie. Cela permettra d'établir des stratégies de marché pour utiliser le plus efficacement possible les programmes et les ressources du gouvernement. Ainsi, on accordera plus d'attention au secteur des services en général. Cependant, cela n'est que le premier pas. Après les consultations qui seront entreprises à l'échelle nationale dans le cadre du programme Prospérité et compétitivité, au cours de ce mois, d'autres analyses et études de marché détaillées seront effectuées en collaboration avec nos missions en 1993.

AECEC reconnaît ainsi l'importance croissante du secteur des services et aide davantage les entreprises de services canadiennes.

Activités menées à l'intention du secteur des services

a) Publications

- 1992 Impact de l'unification du marché européen - services financiers
- 1992 Impact de l'unification du marché européen - services professionnels et de consultation : droit et comptabilité
- Rapport du groupe de travail sur l'Europe de 1992 - services financiers
- Un rapport sur le secteur du génie conseil au Mexique (à la fin de 1991)
- Un rapport sur le secteur de génie conseil au Brésil (à la fin de 1991)
- Un rapport sur les possibilités dans le secteur des services dans les Antilles
- Services de consultation canadiens (architectes, consultants en gestion et ingénieurs) : Thaïlande
- Services pédagogiques : Brunei

- Évaluation des possibilités de franchisage : Singapour
- Services pédagogiques : Singapour
- Données sur le financement international : un guide d'affaires sur le financement des exportations et autre aide financière (8^e révision)
- Étude de marché sur les possibilités qui s'offrent aux ingénieurs-conseils dans le domaine de l'environnement dans le Eastern Seaboard des États-Unis (janvier 1992)
- Étude de marché sur les débouchés qui s'offrent aux entreprises d'architecture dans les États de l'Ouest des É.-U. (novembre 1992)

b) Missions et séminaires

- Mission de services d'information géographique au Japon (mars 1992)
 - Mission de services d'information géographique dans le Sus-Est asiatique
 - Mission commerciale en Amérique centrale et au Mexique pour les ingénieurs-conseils (octobre 1991)
 - Mission commerciale au Venezuela et dans les Antilles pour les ingénieurs-conseils (novembre 1991)
 - Mission commerciale au Chili et en Amérique latine pour les ingénieurs-conseils (à la fin de 1991)
 - Mission commerciale de services de géomatique à San Francisco (août 1991)
 - Séminaires sur la manière d'exporter des services aux États-Unis (Ottawa et Montréal, janvier 1992)
 - Mission de marketing de pays tiers au Japon pour les ingénieurs-conseils
 - Marché spécialisé pour les services du Moyen-Orient (mars 1992)
 - Missions commerciales (2) d'Algérie sur les services financiers (à la fin de 1991)
 - Mission de consultants en gestion au Moyen-Orient (février 1992)
- Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF), 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7251. Télécopieur : (613) 943-1100.

PUBLICATIONS

L'International Business Dictionary and Reference est un outil de référence complet de 486 pages qui traite, de manière approfondie, de plus de 1 500 sujets comprenant le commerce, les finances, le marketing, le marché des changes et l'importation-exportation. Des annexes étendues énumèrent des sources d'informations à l'échelle internationale, et des index d'organisme et géographiques aident à trouver la terminologie commerciale particulière aux régions principales du monde. On peut acheter le dictionnaire, rédigé par M. Lewis A. Presner, professeur de commerce, Durham College, Oshawa (Ontario), auprès du service à la clientèle, John Wiley & Sons Canada Limited, 22, chemin Worcester, Rexdale (Ontario) M9W 1L1. Tél. : (416) 675-3580. Télécopieur : (416) 675-6599.

A Report on Chile's Fishery Sector (#102LA). Préparé en avril 1991 pour l'ambassade du Canada à Santiago, Chili. Disponible auprès d'Info-Export (voir l'encadré au bas de la page).

Colombie : Rapport sur le secteur agricole (#107LF) Préparé par l'ambassade du Canada, Bogotà, en juillet 1989. Disponible auprès d'Info-Export (voir l'encadré au bas de la page).

L'étude de faisabilité effectuée par le Conseil canadien des exportateurs de matériaux de construction, financée conjointement par Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), indique que de

300 à 400 fabricants canadiens de matériaux de construction résidentielle sont prêts à affronter la concurrence sur les marchés mondiaux des matériaux de construction d'une valeur de 200 milliards de dollars US en se regroupant sous un conseil industriel d'exportation. L'étude traite aussi de la compétitivité à l'échelle internationale, de l'étendue des marchés extérieurs et des stratégies comparatives sur les marchés internationaux. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès de M. Murray Hardie, ISTC, Ottawa. Tél. : (613) 954-3037.

Télécopieur : (613) 954-3079.

Report on the Colombian Telecommunications and Advanced Technology Sector (#108LA). Préparé par l'ambassade du Canada, Bogotà, en septembre 1989. Disponible auprès d'Info-Export (voir l'encadré au bas de la page).

Colombia Report on the Transportation Sector (#109LA). Préparé en juillet 1989 par l'ambassade du Canada à Bogotà. Disponible auprès d'Info-Export (voir l'encadré au bas de la page).

Au calendrier

Halifax — 19 novembre; St. John's — 20 novembre; Charlottetown — 26 novembre; Fredericton — 28 novembre — Séminaires sur les entreprises conjointes. Comment tirer parti des débouchés commerciaux dans les Antilles au moyen d'entreprises conjointes. Le programme comprend la manière d'établir et de gérer une entreprise conjointe, un exposé sur les programmes à la disposition des entreprises intéressées, ainsi que des rencontres individuelles avec des experts. Pour s'inscrire (les frais sont de 160 \$, y compris la TPS), communiquer avec M. Hugo Ban, coordonnateur des projets spéciaux, Maison de l'Atlantique, Ottawa. Tél. : (613) 567-0042. Télécopieur : (613) 567-3440.

Montréal — 27 novembre — Onzième assemblée générale des membres du Conseil commercial Canada-Chine.

"Planification pour l'an 2000" est le thème de cette assemblée qui mettra l'accent sur les différentes possibilités de financement à la disposition des entreprises canadiennes qui font des affaires avec la Chine. Les conférenciers compteront des cadres de la Banque mondiale, de la Banque asiatique de développement, de la Société pour l'expansion des exportations et de l'Agence canadienne de développement international. Pour obtenir des renseignements, s'adresser au Conseil commercial Canada-Chine. Tél. : (416) 364-8321. Télécopieur : (416) 364-7894.

Montréal — 12 décembre — La Suède : Petit-déjeuner discussion sur les occasions d'affaires organisé par le Bureau de commerce de Montréal. Communiquer avec M. Hugues Létourneau. Tél. : (514) 878-4651. Télécopieur : (514) 878-2262.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

OTTAWA

Dec 16 1991

Vol.9 N°20

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY décembre 1991

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

L'Europe de 1992 : l'expérience des compagnies qui ont réussi

Les entreprises sur le point d'étendre leurs activités sur les marchés extérieurs peuvent maintenant tirer profit des expériences et des leçons apprises par d'autres sociétés canadiennes qui les ont précédés.

Link 1992: The Experience of Successful Canadian Companies in Europe est un document pratique qui décrit en détail les obstacles, les approches (y compris les avantages et les inconvénients) et les solutions de 34 firmes qui, dans l'ensemble, ont réussi à s'établir au Royaume-Uni, en France, aux Pays-Bas et en Allemagne.

Bien que l'étude mette l'accent sur l'Europe, les leçons tirées de leur expérience pourraient s'appliquer à d'autres marchés dans le monde entier.

Les conclusions clés peuvent se résumer de la manière suivante :

- En Europe, les possibilités sont nombreuses pour les entreprises canadiennes qui ont de nouveaux produits à vendre ou qui peuvent améliorer le con-

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Libéralisation du commerce en Colombie	4
...et en Équateur	5
Foires internationales	6
Calendrier et publication	7

trôle actuel des finances et de la gestion dans leurs filiales européennes.

- L'ouverture de l'Europe de l'Est rend la région encore plus attrayante pour ce qui est de la taille globale du marché et des nouveaux débouchés.

- L'Europe n'est pas un marché homogène. Vous devez choisir avec soin le pays dans lequel vous commencerez ainsi que la manière de vous étendre à partir de ce point d'entrée.

- L'établissement d'une base en Europe peut prendre plus de temps que prévu. Soyez patient et persévérant.

- L'emploi de ressortissants locaux peut aider grandement à surmonter les

barrières culturelles.

- Ne dirigez pas les choses trop rigoureusement. Établissez un équilibre entre la nécessité de contrôler et celle d'accorder une certaine autonomie aux gestionnaires locaux.

- Faites de votre mieux pour familiariser le personnel européen avec le fonctionnement de votre entreprise. Même des programmes relativement modestes de "fertilisation croisée" se sont avérés très efficaces et ont permis de relever le moral.

Voies d'entrée

Une fois que les raisons (avoir accès à un marché de 350 millions de clients; prendre pied avant l'établissement du marché unique en 1992) de traverser l'Atlantique ont été déterminées, on peut choisir parmi de nombreuses voies d'entrée.

Sept voies — chacune ayant ses avantages et ses inconvénients perçus par les entreprises — ont été utilisées par les sociétés dans l'étude :

- les agents;
- les bureaux de vente;
- les alliances stratégiques;
- les acquisitions;
- les investissements "coat tail" (les fournisseurs réguliers des organismes canadiens suivent leurs clients en Europe); et
- les investissements en installations nouvelles.

Pour votre entreprise, la voie d'entrée la plus appropriée dépendra des caractéristiques de votre secteur, de vos restrictions financières et des compétences de votre société en matière d'organisation.

Certaines entreprises ont eu recours à

(Voir page 7: Europe 92.)

Liste d'agents manufacturiers américains

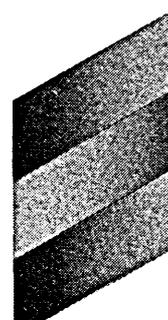
L'ambassade du Canada à Washington a établi une base de données sur les représentants admissibles de fabricants qui désirent représenter des produits et services canadiens.

Ces représentants sont habitués à faire des affaires dans un milieu très concurrentiel et à ne représenter que des sociétés prêtes à exporter (c.-à-d. au moins capables d'offrir un prix en dollars US, incluant les taxes, les droits d'importation, le transport, l'assurance; autrement dit, le prix du produit livré à la porte de l'agent manufacturier).

Pour obtenir une liste des représentants dans votre catégorie de produit, veuillez communiquer avec M.M. Ellenbogen, Canadian Embassy, 501 Pennsylvania Avenue, N.W., Washington, DC 20001. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7619.

Une liste partielle des produits et services recherchés par ces représentants a été publiée dans le numéro précédent (Vol. 9, No. 19) de *CanadExport*. La suite de la liste est portée à la page 8 de ce numéro.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

La prospérité : proposons une approche fondée sur notre expérience

En annonçant son initiative de consultations sur la prospérité, le gouvernement vient de donner aux Canadiens l'occasion de contribuer à l'édification de notre pays.

Les lecteurs de *CanadExport* sont impliqués au premier chef dans une activité essentielle à la préservation de notre niveau de vie : le commerce international. Notre édition du 15 novembre illustre la réussite de General Electric * après que la direction eut compris que la solution à leurs problèmes de productivité ne pouvait venir que de ceux qui vivaient quotidiennement ces problèmes.

Ce qui est vrai au niveau de l'entreprise l'est également au niveau de l'industrie. Les entreprises qui oeuvrent quotidiennement sur les marchés internationaux sont le mieux en mesure de conseiller le gouvernement sur la façon d'améliorer la productivité canadienne pour accroître notre part de ces marchés.

Toutes les études économiques récentes sont unanimes à pointer du doigt le recul de la productivité au Canada et à affirmer que l'accroissement de la productivité est la source principale de l'augmentation de la richesse d'un pays. Les gains de productivité les plus marquants ne sont pas le résultat d'une main d'oeuvre meilleure marché travaillant plus longtemps mais le fruit d'une main d'oeuvre plus spécialisée, mieux entraînée, travaillant plus efficacement.

L'initiative de la prospérité ne vise donc pas à demander aux Canadiens de consentir à des sacrifices pour le bien du pays mais de contribuer à l'augmentation de leur niveau de vie en préconisant des solutions à un certain nombre de problèmes qui ont été identifiés.

Le sport national de nombreux pays développés

consiste à désigner leur gouvernement comme bouc émissaire de leurs problèmes et d'imaginer que le coupable étant trouvé, le problème va disparaître.

Un des plus grands regrets que l'on puisse ressentir dans une vie est de ne pas avoir fait ce que nous aurions pu faire pour garantir l'avenir de nos enfants lorsqu'on nous a donné l'occasion de le faire.

L'avenir du Canada est en jeu. Ne ratons pas une occasion unique d'exprimer notre point de vue et de soumettre nos recommandations sur les sujets qui nous tiennent à coeur.

En vous invitant à participer aux consultations sur la prospérité, je rappellerai une phrase célèbre du président J. F. Kennedy : "Ne demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous, demandez-vous ce que vous pouvez faire pour votre pays".

Le rédacteur en chef
René-François Désamoré

Pour obtenir un jeu de document sur l'initiative de la prospérité ou pour proposer la constitution de groupe de consultation dans votre communauté appelez le 1-800-465-2111 (anglais 1-800-465-2220)

*La compétitivité : l'approche pratique et innovatrice de GE *CanadExport* Vol 9 No 18 du 1 novembre 1991

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

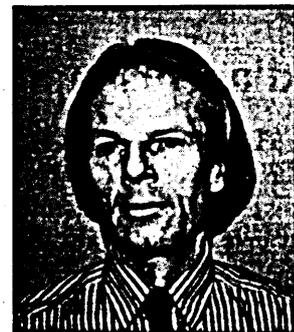
Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : *CANADEXPORT* (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Nouveaux défis



Louis Kovacs, la cheville ouvrière de CanadExport depuis son lancement en septembre 1983 nous a quitté pour relever de nouveaux défis au sein du ministère. Tous nos voeux de succès l'accompagnent.

Débouchés commerciaux

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

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une petite entreprise de commande par correspondance recherche des fournisseurs de bottes de sylviculture, de casques de protection, de cache-oreilles antibruit et d'équipement de protection contre les

scies à chaîne. Communiquer avec Neil Noesgaard, Bush & Farm Co., P.O. Box 18, Matakohe, New Zealand. Télécopieur : (64-89) 431-7039.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur de produits alimentaires désire entrer en contact avec des fabricants de produits alimentaires de longue conservation, vendus au détail, dans le but de distribuer ces produits partout en Nouvelle-Zélande. Communiquer avec Trevor Walsh, Manager, Brooke Holdings

Limited, P.O. Box 47-105, Auckland, New Zealand. Télécopieur : (64-9) 765-204.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant de dispositifs électroniques recherche un partenaire étranger pour coopérer et fabriquer des appareils de contrôle, des dispositifs d'activation et des vannes, ainsi que des transmetteurs et des gadgets électroniques.

Communiquer avec Josef Vransky, ZPA Jinonice s.p., Radlicka 117/520, 158 01 Prague 5, Jinonice, Tchécoslovaquie. Télécopieur : (422) 533 838. Télex : 122 267.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise désire conclure un accord de coopération avec des sociétés canadiennes spécialisées dans les technolo-

Development, 1 Garden Avenue #03-00, Sentosa, Singapore 0409. Tél. : 275-0388. Télécopieur : 275-0161.

SINGAPOUR — Des viandes congelées (porc, boeuf, poulet) sont recherchées par Eddie Khoo, Marketing Manager, LM Food Industries Pte. Ltd., 212 Pandan Loop, Singapore 0512. Tél. : 778-2626. Télécopieur : 776-0918.

SINGAPOUR — De la technologie de maisons en bois préfabriquées est recherchée par Abdul Majid Bin Mahadi, Manager, Amin Renovation Contractor, Blk473 Jurong West St. 41, #01-535, Singapore 2264. Téléphone/télécopieur : 565-0379.

SINGAPOUR — Une entreprise spécialisée dans le traitement de l'eau minérale désire entrer en contact avec des sociétés qui s'intéressent aux investissements ou au transfert de la technologie. Communiquer avec Sim Tak Liong, Managing Director, Sido Arto(S) Pte. Ltd.,

34 Carpenter St., Singapore 0105. Tél. : 534-4788. Télécopieur : 534-0480.

SINGAPOUR — On recherche des fournisseurs canadiens d'articles-cadeaux, de produits ménagers, d'accessoires pour vêtements et de matériel de diagnostic médical. Communiquer avec Katherine Tan, Proprietor, Tahan Trading, 5 Sennett Terrace, Singapore 1646. Téléphone/télécopieur : 449-1434.

Importateurs au Nicaragua

Les délégués commerciaux à Costa Rica disposent maintenant d'une solide banque de données sur les importateurs admissibles nicaraguayens, qui désirent représenter des entreprises canadiennes. (Une première liste d'importateurs a paru dans le dernier numéro de CanadExport, Vol. 9, No. 19.)

• Raul Valle Vasquez, directeur, Representaciones Asesoria P/Importaciones, recherche tous les genres de matériel en aluminium et acier destiné à de petites fermes laitières, y compris des conserves en aluminium pour le lait et des séparateurs de crème électriques, des filtres, etc. Tél. : 27786. Télécopieur : 505-664004/624005, APDO.E72, Managua.

• Federico Munos S., président et directeur général, Delmac, recherche tous les genres de matériel industriel, y compris des scieries portables et des pièces, des séchoirs à céréales, des nettoyeurs et des séparateurs de semences, des outils à main, du matériel ferroviaire ainsi que des pièces et des batteries pour locomotives. Tél. : 73271. Télécopieur : 505-678510, APDO.2158, Managua.

• Adolfo Diaz Lacayo, président, Adolfo Diaz, recherche tous les genres de matériel industriel et agricole, y compris de petites machines de travail du sol, des outils de jardinage, de la quincaillerie, des matériaux de construction, du matériel de plomberie, des accessoires de salle de bain, des tapis et des tuiles. Téléphone/télécopieur : 505-72515, APDO.225, Managua.

• Francisco Briones P., directeur, Futec Industrial, recherche des nettoyeurs industriels et des solvants, y compris de l'acétone, des huiles essentielles, de l'isopropylacétone, du méthyléthylcétone, du butylglycol ainsi que du désinfectant, ces produits étant destinés à la vente au détail. Tél. : 661712. Télécopieur : 505-666456, APDO.4148, Managua.

gies de revêtement métallique et de protection contre la corrosion. Communiquer avec Ladislav Servatka, Pentex Presov, nam. SNP3/505, 080 01 Presov, Tchécoslovaquie. Tél. : 091 23660.

SINGAPOUR — Une entreprise désire acheter un parc d'autobus-voyageurs à impériale sans toit. Communiquer avec Low Chow Kuang, Sentosa

Libéralisation du commerce en Colombie pour internationaliser l'économie du pays

La Colombie a avancé de trois ans la mise en oeuvre de ses mesures de libéralisation du commerce afin, entre autres, d'internationaliser son économie et d'augmenter ses importations.

Les mesures immédiates, approuvées à la fin du mois d'août, prévoient d'autres réductions considérables des tarifs, la réduction des surtaxes, la dévaluation accrue du peso colombien, la modernisation de l'administration douanière et des programmes d'amélioration accélérée des ports et des routes.

Les tarifs sur les biens et les moyens de production, les matériaux primaires et intermédiaires ainsi que sur les produits non manufacturés en Colombie

ont été réduits à zéro. Dans l'ensemble, le tarif moyen sur toutes les importations passera du taux actuel de 24,7 % à 14,8 %.

La surtaxe d'importation actuelle de

Le plan approuvé prévoit aussi 2,5 milliards de dollars pour la construction des routes.

10 % (qui a déjà diminué par rapport à 16 % l'année précédente) sur la valeur CAF a été réduite à 8 %. On prévoit que les réductions des tarifs et de la surtaxe entraîneront ensemble une augmentation des importations d'environ 1,3

milliards de dollars l'année prochaine. Contrairement aux années précédentes, bon nombre de produits agricoles sont maintenant inclus dans le nouveau programme de réduction des tarifs. Les exceptions comprennent des produits tels que le blé, l'orge, le sorgho, le soya, le maïs, le riz, le lait en poudre et le sucre, pour lesquels un système de tarifs variables existe.

En Colombie, la modernisation accélérée des ports, des routes et de l'administration douanière est fondée sur la négociation d'un prêt de 400 millions de dollars, fourni par la Banque interaméricaine de développement, dont 100 millions de dollars sont affectés à la réorganisation des ports, la construction de nouveaux terminaux et à des services portuaires connexes.

Le plan approuvé prévoit aussi 2,5 milliards de dollars pour la construction et l'amélioration des routes au cours de la prochaine décennie et pour l'achèvement, d'ici 1996, de travaux routiers (dépassant 1 milliard de dollars) qui sont déjà en cours.

Comme point final, on a accordé aux ministères de la Santé, de l'Agriculture, du Développement, des Travaux publics et du Transport ainsi que des Mines et de l'Énergie un avis de trois mois pour qu'ils éliminent tous les obstacles injustifiés au commerce extérieur.

Pour de plus amples renseignements sur ces nouvelles mesures, communiquer directement avec l'ambassade du Canada, Apartado Aereo 53531/2, Bogota 2, République de Colombie. Tél. : (011-57-1) 217-5555/217-5152. Télécopieur : (011-57-1) 310-4509. Téléx : (Code de destination : 35) 44568 (DMCA CO).

Ou joindre M. Georges Lemieux, Direction du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 943-8806.

Cuba cherche des partenaires pétroliers

Le plan quinquennal de Cuba (1991-1995) prévoit l'investissement de 300 millions de dollars US dans son industrie pétrolière.

Selon un mémoire de l'ambassade du Canada à la Havane, ce chiffre pourrait augmenter considérablement — si Cuba pouvait trouver un partenaire étranger et collaborer avec celui-ci sur une base d'entreprise conjointe.

En raison de la diminution des quantités de pétrole fournies par l'Union soviétique, Cuba recherche des manières d'augmenter sa production pétrolière intérieure, ce qui nécessite l'achat de matériel et de services relatifs au forage, à la recherche géophysique et à l'extraction.

Actuellement, les efforts principaux de Cuba sont orientés vers la découverte et l'amélioration de l'exploitation des champs pétrolifères, sur terre et en mer.

A cet égard, des secteurs de champs éventuels de pétrole et de gaz — vérifiés par des études géologiques et géophysiques et par du forage exploratoire — ont été divisés en blocs

(700 à 800 km²) aux fins de forage supplémentaire. La Petroleum Union, entreprise pétrolière appartenant à l'État, est disposée à établir des partenariats avec des sociétés étrangères sur une base de partage des profits en vue d'explorer les différents blocs.

Afin de faciliter les négociations, la Petroleum Union a préparé un contrat modèle qui décrit les intérêts de l'industrie pétrolière cubaine dans le cadre d'une transaction typique, ainsi que toutes les garanties qui seront fournies aux partenaires étrangers.

On peut obtenir des exemplaires de ce contrat modèle ainsi que des exemplaires de l'étude révisée intitulée «Cuba Petroleum Industry: A Sector Profile» (l'industrie pétrolière à Cuba : un profil de secteur) auprès de M. Tino Romaguera, agent commercial, section commerciale, ambassade du Canada, C.P. 500 (Havan), Ottawa K1N 8T7. Tél. : (011-53-7) 2-6516/17/27; 29-3392. Télécopieur : (011-53-7) 22-70-44. Téléx : (code de destination 28) 51-1586 (CAN CU).

L'Équateur ouvert aux investissements

Des règlements importants relatifs aux investissements étrangers et à l'exploitation minière récemment adoptés en Équateur libéraliseront, faciliteront et favoriseront le commerce et les investissements dans la région.

Voici quelques-unes des caractéristiques principales de ces règlements :

- les investisseurs étrangers ne sont pas tenus d'obtenir des autorisations spéciales des organismes gouvernementaux avant d'effectuer un investissement. La seule exigence, c'est que les investissements soient enregistrés dans un délai de 30 jours à la Banque centrale de l'Équateur;
- les entreprises étrangères sont autorisées à rapatrier les profits sans restrictions. Un certificat de la Banque centrale doit d'abord être produit pour montrer que tous les impôts ont été payés;
- le taux actuel d'imposition sur les profits réalisés par les investisseurs étrangers est de 25 %. En outre, 11 % supplémentaires seront appliqués lorsque les profits ne sont pas réinvestis dans le pays;
- les investisseurs étrangers ne sont pas obligés de se transformer avec le temps en une entreprise contrôlée par des Équatoriens;
- l'investissement étranger direct dans le secteur de la défense ou des services publics (télécommunications, énergie, eau) n'est pas permis. En outre, l'investissement dans les secteurs de l'assurance, des activités bancaires et de la finance est limité à 49 % du capital de l'entreprise locale; et
- les garanties relatives aux investissements étrangers seront appuyées par des accords bilatéraux et multilatéraux signés par l'Équateur.

Voici quelques-unes des dispositions principales de la nouvelle loi sur l'exploitation minière :

- les ressortissants du pays et les étrangers peuvent entreprendre des activités d'exploitation minière sur un pied d'égalité;

- les ressortissants du pays et les étrangers détiennent des droits exclusifs pour explorer une superficie de terre (jusqu'à cinq hectares) pendant deux ans. Avec une augmentation proportionnelle des droits d'exploitation, les droits peuvent être renouvelés deux fois pour des périodes supplémentaires de deux ans;
- les ressortissants du pays et les étrangers détiennent des droits exclusifs pour traiter et vendre tous les minerais dans le concession; toutefois, les détenteurs de concessions — ils versent des droits d'exploitation de 3 % — doivent présenter régulièrement des rapports à la Direction régionale de l'exploitation minière;
- la loi prévoit des calendriers précis selon lesquels les concessions doivent commencer leurs activités : l'exploration doit commencer au plus tard six mois après l'autorisation; l'exploitation doit commencer au plus tard un an après

l'autorisation; et

- les impôts sont conformes aux nouveaux règlements en matière d'investissement (25 % plus 11 %) et les profits peuvent être librement rapatriés. Des déductions sont autorisées pour les coûts de la prospection, de l'exploration, de la production minière et de la protection de l'environnement. Une taxe de 0,5 % sur la valeur FOB des exportations de minerais est versée par les exportateurs.

Pour obtenir d'autres informations sur ces lois et règlements ou sur le nouveau climat du commerce et de l'investissement en Équateur, communiquer avec M. Georges Lemieux, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 943-8806.

Le fonds de l'ACDI et de la Banque mondiale aide à engager des experts en environnement

Un fonds fiduciaire de 5 millions de dollars US visant à encourager l'utilisation des services d'entreprises ou d'experts-conseils canadiens pour des travaux dans le domaine de l'environnement dans le cadre de projets financés par la Banque mondiale a été établi par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et la Banque mondiale.

Le fonds fiduciaire environnemental canadien servira à financer :

- l'engagement d'experts-conseils canadiens (ou de ressortissants de pays admissibles à l'aide de l'ACDI) en vue d'exécuter des travaux de courte durée reliés à des composantes environnementales de toutes les étapes des projets de la Banque, y compris l'analyse des secteurs, les évaluations environnementales et l'évaluation des projets;
- l'engagement d'experts-conseils

canadiens — y compris des organismes non gouvernementaux — afin d'aider la Banque à intégrer les éléments environnementaux à toutes les activités de la Banque, y compris la formation du personnel de la Banque, ainsi que la planification et la supervision de projets et de programmes reliés à l'environnement; et

- d'autres activités approuvées par la Banque et l'ACDI.

Pour obtenir des renseignements détaillés et des conseils sur la manière de tirer parti de ces possibilités offertes par la Banque mondiale, communiquer avec la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7251. Télécopieur : (613) 943-1100.

Foires commerciales internationales

• **EnvironmexAsia-WatermexAsia** — 18-21 février 1992 — Singapour. Ces foires commerciales et conférences combinées mettront l'accent sur les nouvelles technologies, les systèmes de contrôle de l'environnement, le matériel et les services de contrôle de la pollution atmosphérique, des déchets solides et liquides ainsi que du sol et du bruit. Communiquer avec M. Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

• **Wine America 92** — 24-26 février 1992 — Ville de New York. Des acheteurs et des sélectionneurs d'échantillons visiteront la première exposition (de vins, de spiritueux, de bières et de vins panachés) axée seulement sur le commerce, sur un marché où la qualité plutôt que le prix est le mot d'ordre et où la demande de vins importés continue à être importante. Communiquer avec M. Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

• **19^e foire commerciale internationale de l'industrie alimentaire (IKOFA 92)** — 21-24 mars 1992 — Stuttgart (Allemagne). Cette foire vise le marché des spécialités gastronomiques et des boissons; la moitié des exposants viennent de l'étranger. Communiquer avec Mr. Munzmay, Project Manager, Messe Stuttgart International, Am Kochenhof 16, Postfach 103252, D-7000, Stuttgart 10, Germany. Téléphone/télécopieur : (011-49-711) 2589-440.

• **Foire commerciale des fils et des câbles (Wire 92) et Foire commerciale des tubes et des tuyaux (Tube 92)** — 6-10 avril — Dusseldorf. Quelque 600 exposants se sont déjà inscrits à ces deux foires parallèles; ils viennent de 24 pays, y compris le Canada. Les marchés comprennent le Moyen-Orient, l'Inde, le Brésil, les États-Unis, l'Espagne, Israël et le Japon. Communiquer avec Messe Dusseldorf, NOWEA,

Postfach 32 02 03, Stockumer Kirchstrasse 61, D-4000, Dusseldorf 30, Allemagne. Tél. : (0211) 45 60 01. Télécopieur : (0211) 45 60 668. Télex : 211 41 44.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participe pas aux foires ci-dessus.

**Pour des conseils à
l'exportation, communiquer
(sans frais) avec InfoExport
au 1-800-267-8376.**

L'Australie réduit les taxes sur les tapis

Le gouvernement d'Australie a annoncé un calendrier de réductions des tarifs douaniers sur l'importation de certains tapis en fibres synthétiques :

Année	Taux général (%)	Taux canadien (%)
1991	35	25
1992	32	22
1993	29	19
1994	27	17
1995	25	15
1996	23	13
1997	21	11
1998	19	9
1999	17	7
2000	15	5

Pour de plus amples renseignements sur les tarifs douaniers relatifs aux tapis ou à d'autres produits, communiquer avec M. Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

Le marché coréen de l'instrumentation

Une étude récente de l'ambassade du Canada à Seoul révèle qu'il existe des possibilités d'affaires sur le marché des instruments en Corée, en particulier pour les produits suivants : instruments de mesure et de contrôle des procédés industriels dans la plupart des domaines; convertisseurs et émetteurs; instruments d'essai et de mesure; et instruments de laboratoire, scientifiques et médicaux.

Des débouchés existent aussi pour les entreprises canadiennes disposées à accorder des licences ou à vendre de la technologie ou des droits de mise en marché dans certaines régions à des sociétés coréennes qui ont besoin de technologie.

Ces débouchés supplémentaires sont nombreux et spécialisés. L'ambassade est disposée à fournir aux firmes canadiennes intéressées des conseils en matière de mise en marché qui conviennent à leurs domaines, et à trouver des partenaires pour l'établissement de diverses entreprises conjointes. Il suffit de communiquer avec l'ambassade (voir plus bas), et d'envoyer de la documentation sur les produits.

Bien que les possibilités et les stratégies relatives au marché soient différentes pour chaque société, les entreprises canadiennes qui vendent les produits appropriés et adoptent une approche adéquate réussissent dans le secteur de l'instrumentation.

Actuellement, le marché, qui est dominé par les fournisseurs américains et japonais, croît rapidement et atteint la période optimale dans le cycle de croissance. Le moment est propice pour décrocher des parts de marché et s'insérer dans des créneaux — avant que ceux-ci ne soient solidement occupés par des concurrents.

Pour déterminer les possibilités de votre entreprise sur ce marché ou obtenir un exemplaire de l'étude, communiquer avec Duane McMullen, Embassy of Canada, C.P.O. Box 6299, Seoul, Korea. Télécopieur : (011)-82-2-755-0686.

L'Europe de 1992 : succès canadien

(Suite de la première page.)

des agents pour déterminer, sans courir de grands risques, si leurs produits sont acceptés sur le marché. Puis, leur présence a évolué au moyen d'un bureau de vente et, probablement, d'entreprises conjointes. Le choix d'une voie de pénétration d'un marché devrait être considéré comme un processus dyna-

Contrats décrochés

Le Groupe Canadair de Bombardier Inc., Saint-Laurent, a obtenu un contrat d'environ 395 millions de dollars pour la vente de 20 avions de transport régional à réaction au transporteur américain Comair Inc. de Cincinnati. La transaction comporte l'option d'achat de 20 avions supplémentaires, à partir de 1993. Canadair a aussi vendu récemment 12 avions amphibies à turbopropulseur d'une valeur de 300 millions de dollars à la Sécurité Civile française. La livraison commencera en 1994.

Canatal International Incorporated, à Toronto, a décroché un contrat de 18 millions de dollars pour la fourniture, au cours des cinq prochaines années, de 1 000 systèmes de climatisation pour salles d'ordinateurs à la Nanjing Refrigeration General Works (Chine).

Chreod Associates, à Ottawa, a signé un contrat de consultation d'une valeur d'un million de dollars avec la Banque asiatique de développement à Manille. Le contrat fait partie d'un grand projet consistant à développer Pudong, l'agrandissement prévu de la ville de Shanghai.

Northern Telecomm, à Mississauga, a obtenu un contrat de 200 millions de dollars pour fournir du matériel de commutation de télécommunications à Telecom Australie.

mique plutôt que statique. Par conséquent, lorsqu'on choisit le premier pas, il est préférable de tenir compte de l'évolution probable.

Comment éviter les erreurs

On peut éviter les erreurs éventuelles en élaborant des stratégies et des tactiques d'entrée, l'une des premières démarches étant de consulter le délégué commercial dans la région (de préférence après avoir parlé aux agents de commerce dans les centres de commerce international partout au Canada).

D'après le rapport, les bureaux commerciaux d'outre-mer se sont révélés très utiles à la fourniture de conseils sur la connaissance générale d'un pays.

Il est aussi conseillé de tirer entièrement parti des informations que l'on peut obtenir des associations commerciales, des revues commerciales, ainsi que de l'expérience de ses homologues.

Étudiez tous les pays européens, pas seulement un. Les conditions peuvent être très différentes dans le pays voisin. Comparez un certain nombre de pays en utilisant une échelle de 10 points; examinez des facteurs tels que les suivants : facilité d'acquisition, facilité de rapatriement de l'argent, niveau d'imposition, moyens de communications et de transport, qualité de la main-d'oeuvre. Les mesures d'encouragement offertes par les gouvernements devraient être considérées comme un facteur d'équilibre entre les différentes options.

Outre les autres conseils et les observations utiles, en particulier pour ce qui est de l'aspect culturel, des procédures commerciales et des règlements, l'étude fournit un bref aperçu des marchés.

Royaume-Uni

Le Royaume-Uni (R.-U.) offre l'avantage d'être très semblable sur le plan de la langue et de la culture, mais il ne représente pas les autres marchés européens. En fait, l'insularité du R.-U. se reflète dans le fait que la plupart des industries sont organisées de façon différente du continent.

France

La France est un pays qui accueille les Canadiens français et, de plus, elle est utilisée comme base pour faire du marketing visant l'Europe du Sud et l'Afrique francophone. Les pratiques commerciales sont très différentes par rapport à celles de l'Amérique du Nord.

Allemagne

En général, l'Allemagne est un marché sur lequel il est difficile de percer en raison de la rigidité intrinsèque des pratiques commerciales. Toutefois, une fois établie en Allemagne, une position sur le marché est bien récompensée et relativement sûre. En outre, l'Allemagne est proche de l'Europe de l'Est et un certain nombre de pays l'utilisent comme base pour commercialiser leurs produits et services au Moyen-Orient.

Pays-Bas

Les Pays-Bas ont souvent été choisis comme tremplin par des entreprises qui désirent percer sur les marchés français et allemands et qui ont besoin d'installations d'entreposage et de distribution pour desservir l'ensemble de l'Europe. La structure du transport et des communications est excellente. Rotterdam, le port le plus grand au monde, est aussi situé à l'embouchure du Rhin, le fleuve où le trafic est le plus intense au monde. De plus, Schiphol est un aéroport international établi. Les routes sont aussi excellentes; un bon réseau d'autoroutes permet d'accéder facilement à la France et à l'Allemagne. Un certain nombre d'entreprises étrangères ont choisi d'établir leur société financière de participation européenne aux Pays-Bas en raison des lois (fiscales) attrayantes.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces marchés et sur l'Europe de 1992, ou un exemplaire de l'étude, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-2727. Télécopieur : (613) 944-0034.

Agents manufacturiers aux É.-U.

(Suite de la première page.)

Catégories de produits	Nombre de représentants	Catégories de produits	Nombre de représentants
Aciéries et fonderies	38	Peinture et vernis	4
Articles de sport	1	Plastique	17
Bois et menuiserie	12	Plomberie.....	49
Emballage et plastique	11	Pompes	22
Emboutissage.....	9	Produits de consommation	17
Exploitation minière	6	Produits en caoutchouc.....	8
Fournitures d'entretien	9	Produits pharmaceutiques.....	24
Fournitures et matériel de bureau ...	11	Produits de sécurité et de secours ...	19
Fournitures de photographie	2	Produits et services reliés aux loisirs aquatiques	2
Industrie du bois de construction....	10	Produits et services reliés à la pollution.....	23
Industrie du papier	25	Produits pour taraudeuses.....	8
Jouets, cadeaux et nouveautés	7	Produits réfractaires.....	5
Maisons mobiles - accessoires et fournitures	7	Réfrigération et entreposage frigorifique.....	17
Marine	12	Services publics	47
Matériel de manutention.....	26	Services spéciaux	1
Matériel de traitement	35	Soudure.....	3
Matériaux et fournitures de toiture .	10	Textile - commerce des vêtements ...	3
Matériel et fournitures de recherche scientifique	10	Textile - industriel	9
Matériel et services pour machines ..	5	Transmission d'énergie	15
Matériel, fournitures et services médicaux	25	Transport	6
Matériel, produits et services de traitement de l'eau	24	Tuyauterie.....	12
Matériel, services et fournitures de télécommunications	23	Véhicules récréatifs	2
Médecine vétérinaire	1		
Métal en poudre - pièces et composants	8		
Métaux - matières premières	12		
Métaux - traitement, montage et produits	22		

Numéros à noter

Le nouveau numéro de téléphone du haut-commissariat du Canada à Accra, Ghana, est (011) 773-791. Le numéro de télécopieur est (011) 773-792.

AU CALENDRIER

Ottawa — 8 et 9 décembre — Le séminaire ayant pour thème "attirer l'industrie étrangère vers notre collectivité" vise les commissions de développement industriel et économique, les chambres de commerce, les bureaux de commerce, les gouvernements provinciaux et les professionnels qui s'occupent de développement industriel comportant les investissements étrangers au Canada. Le séminaire est parrainé par World Business Publications, Ottawa. Pour s'inscrire (les frais sont de 200 \$), s'adresser à World Business. Tél. : (613) 746-0568. Télécopieur : (613) 746-2990.

Publications

Le rapport intitulé *Aquaculture International 1990* (n° 94 TB), établi par la Direction de l'agro-alimentaire, des produits de la pêche et des ressources, contient les faits saillants des discours-programmes et donne un aperçu de la façon dont les consommateurs perçoivent le marché des fruits de mer, des tendances de marketing à l'échelle mondiale ainsi que des manières d'étendre les marchés. Disponible auprès d'Info Export (voir l'encadré ci-dessous).

Le marché des vêtements en Belgique. Une étude effectuée par l'ambassade du Canada à Bruxelles, évaluée à 2 400 millions de dollars ce marché. On peut en obtenir des exemplaires auprès de M^{me} Céline Boies, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, AECEC. Tél. : (613) 996-7544. Télécopieur : (613) 995-6319.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Canada Post / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol.9 N°21

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTRE
16 décembre 1991

La Tchécoslovaquie à la recherche de partenaires

Les prochaines années seront pleines de défis extrêmement intéressants et gratifiants pour les sociétés canadiennes ouvertes à une approche à long terme pour un investissement sur le marché tchécoslovaque.

Bien que les investisseurs étrangers puissent trouver plus simple d'attendre que les entreprises ne soient plus contrôlées par l'État pour effectuer des investissements, le personnel de l'ambassade du Canada à Prague conseille aux sociétés canadiennes d'examiner à tout le moins et dans les plus brefs délais, les possibilités d'investissement à la lumière des activités exercées par les grandes entreprises des pays voisins. En fait, en raison de la privatisation en cours, les investissements et les entreprises conjointes offrent des possibilités aux sociétés canadiennes intéressées.

Aperçu

Le gouvernement tchécoslovaque a entamé un processus de privatisation étendu visant à céder le contrôle de plus de 100 000 entreprises d'État au secteur privé. La privatisation de petites entreprises telles que magasins, restaurants et services est déjà bien avancée. En septembre 1991, plus de 14 500 firmes avaient été vendues au moyen d'une série de ventes aux enchères.

Ce qui intéresse davantage la plupart des investisseurs canadiens, c'est la

privatisation d'environ 4 000 grandes entreprises d'État à des conditions établies en vertu de la (loi sur la transformation, approuvée par le Parlement tchécoslovaque en février 1990.

La Tchécoslovaquie possède une structure industrielle diversifiée au plus haut degré. Les firmes qui font l'objet de privatisation comprennent des usines de pâte à papier, de meubles, des fabricants de machines diverses ainsi que des entreprises de produits électriques et électroniques. Le secteur des services sera aussi privatisé.

Participation du Canada

Les autorités tchécoslovaques considèrent l'investissement étranger comme un élément vital du passage d'une économie à planification centrale à une économie de marché.

Les partenaires étrangers sont reconnus comme une source importante non seulement de capitaux mais aussi de technologie et de techniques de gestion moderne. La population active qui a reçu une bonne éducation conjuguée aux coûts relativement bas de la main-d'oeuvre et à une base solide de recherche et de développement dans les firmes tchécoslovaques peuvent fournir une assise excellente de partenariat avec les sociétés canadiennes.

Les entreprises canadiennes reconnaîtront aussi que grâce à sa situation géographique, la Tchécoslovaquie constitue un tremplin éventuel vers les marchés soviétique et européen.

Bien que l'adhésion à la Communauté européenne (CE) soit encore éloignée, des accords d'association qui fourniront un accès exempt de droits pour la plupart des produits sont à l'étape de la négociation finale avec la CE et l'Asso-

(Voir page 6 : La Tchécoslovaquie.)

Consultations sur l'élimination des tarifs dans le cadre de l'ALE

Les parties intéressées ont jusqu'au 17 janvier 1992 pour présenter des propositions relatives à une troisième et dernière série d'élimination accélérée des tarifs. Cet exercice s'inscrit dans le cadre de l'Accord de libre-échange (ALE) entre le Canada et les États-Unis.

L'invitation a été annoncée récemment par M. Michael H. Wilson, ministre d'Industrie, Sciences et Technologie et ministre du Commerce extérieur ainsi que par M. John McDermid, ministre d'État (Finances et Privatisation).

Les détails du processus ont été publiés dans la *Gazette du Canada* (Partie 1) du 16 novembre 1991.

Pendant les deux premières séries d'élimination accélérée, on a reçu des centaines de demandes qui ont entraîné l'abolition, jusqu'en juillet 1991, de quelque 650 lignes tarifaires portant sur un commerce bilatéral d'environ 8 milliards de dollars.

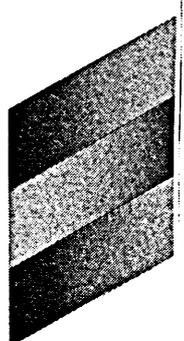
"L'élimination accélérée des tarifs fournit une preuve supplémentaire que l'ALE fonctionne au profit des exportateurs canadiens," a dit M. Wilson, qui a fait remarquer que les entreprises continuent à proposer d'autres réductions des tarifs dans le cadre de l'ALE.

M. Wilson a souligné que des consultations étendues avec l'industrie canadienne auront lieu de nouveau. Le gouvernement consultera des entreprises individuelles, des associations de grandes entreprises, des syndicats, des gouvernements provinciaux, le Comité consultatif sur le commerce extérieur (CCCE) et les Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCE).

M. McDermid a dit que le gouverne-

(Voir page 6 : Consultations.)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DANS CE NUMÉRO

- L'importance des partenaires 2
- Débouchés commerciaux 3
- Foires internationales 4-5
- Exportation de bois au Japon 7
- Calendrier/Publications 8

Le partenariat : partie intégrante de la compétitivité

Extraits d'une allocution prononcée récemment par l'honorable Michael H. Wilson, Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et Ministre du Commerce extérieur, devant la Conférence nationale sur les Services à Toronto.

De nos jours, la compétitivité repose sur le partenariat. Vous êtes nombreux dans le secteur de l'informatique à suivre de près l'évolution de ce secteur d'activité excitant et dynamique.

Lorsque les sociétés IBM et Apple ont uni leurs forces, était-ce de la concurrence ou un partenariat? Lorsqu'un géant du logiciel comme Microsoft et un autre du matériel comme Digital Equipment Corp. se regroupent, est-ce de la concurrence ou un partenariat?

Lorsque des banques à charte et des maisons de courtage unissent leurs efforts, est-ce de la concurrence ou un partenariat?

Lorsque des compagnies aériennes et des sociétés hôtelières et de location de voitures collaborent pour offrir des forfaits voyage et tourisme, est-ce de la concurrence ou un partenariat?

La réponse est claire : c'est un partenariat à des fins de compétitivité. C'est un partenariat au sein duquel chaque associé tire parti des forces de l'autre pour grossir sa part de marché, trouver de nouveaux débouchés et changer la conjoncture sur un marché stagnant.

Le partenariat est le centre de la roue de la prospérité et les partenaires en sont les rayons, force motrice qui rend le Canada compétitif sur la scène mondiale.

C'est ce que propose l'Initiative de la prospérité, soit créer des partenariats pour permettre au Canada de mieux se placer sur la scène mondiale.

La prospérité dans les relations patronales-syndicales, c'est reconnaître que si la confrontation fait partie intégrante de ces relations, les deux parties partagent un intérêt commun : la prospérité de leur entreprise. C'est pourquoi patrons et syndicats doivent trouver des façons de consolider leur union et de réduire les heurts.

La création récente de la Commission canadienne de la mise en valeur de la main-d'oeuvre est l'exemple parfait d'un tel partenariat.

L'ampleur que prend aujourd'hui la gestion de la qualité totale au sein de tous les secteurs économiques, et qui amène les syndicats et le patronat à collaborer à la mise au point de produits et de services de meilleure qualité, ne pourra que stimuler la création de partenariats constructifs.

La prospérité, c'est une association entre le producteur et le fournisseur du secteur des services. C'est une relation à long terme bâtie sur une compréhension profonde des besoins de chacun, sur une recherche commune de la qualité et sur le fait reconnu que la prospérité des deux partenaires dépend de la prospérité de chacun.

La prospérité, c'est un partenariat entre les entreprises de secteurs différents et de marchés différents. C'est regrouper les forces de l'un et de l'autre pour créer un concurrent imbattable. C'est établir des entreprises en participation, conclure des affaires pour échanger le savoir-faire, élargir l'accès et les investissements, diffuser la technologie, favoriser des échanges de licences, conclure des ententes de promotion, de marketing et de fabrication en coopération, conclure enfin des échanges de personnel et des ententes de R-D collective.

Le partenariat, c'est la collaboration entre les entreprises et les écoles, les universités et les collèges communautaires en vue de l'alphabétisation totale de la société. C'est travailler avec des professeurs et tirer parti de leurs connaissances spécialisées pour élaborer des programmes dont bénéficieront des étudiants de tous âges. Le partenariat, c'est collaborer avec les laboratoires de recherche et de développement des universités canadiennes pour mettre au point de nouveaux produits, de nouveaux procédés et de nouvelles façons d'ajouter de la valeur aux produits et services déjà connus.

Le partenariat, c'est collaborer avec tous les ordres de gouvernement pour faire de nos villes de meilleurs

endroits où vivre et travailler. C'est concevoir des programmes ingénieux de formation. C'est aider les cadres supérieurs du commerce et de l'industrie aux niveaux fédéral et provincial à inciter les entreprises à se regrouper afin de créer des marchés nationaux et internationaux.

Pour moi, le partenariat fait partie intégrante de la compétitivité, c'est un aspect souvent négligé et sur lequel il faudrait insister dans notre quête de la compétitivité.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

BANGLADESH — Une entreprise d'importation et d'exportation désire acquérir des machines d'imprimerie offset remises à neuf, du carburant diesel et des filtres à huile (pour la fabrication de papier) ainsi que d'autres machines pour les industries lourdes et pétrochimiques (à partir des engrais jusqu'aux travaux publics et à la construction de routes). Communiquer avec Anil K. Dey, Managing Director, Deybon Tradeways, 10 Motijheel Commercial Area, G.P.O. Box 2306, Dhaka-1000, Bangladesh. Télécopieur: (8802) 411197. Télex : 642460 BHL BJ DEYBON.

TCHÉCOSLOVAQUIE

— Un fabricant et exportateur de matériel de laboratoire et

d'appareillage de mise sous vide voudrait établir des relations d'affaires avec des entreprises qui s'intéressent à la coopération technique. Communiquer avec Libor Sterba, directeur, LAVAT štátni podnik, Chotutice, 281 03 Radim Úkolina, Tchécoslovaquie. Tél.: 0321-92735. Télécopieur : 0321-92231/2.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant de boîtes d'alimentation et de stabilisateurs désire entrer en contact avec des fabricants de produits semblables en vue de conclure éventuellement un accord de coopération ou de transfert de technologie. S'adresser à Vladimír Motl, ZPA Decin, Teplicka ulice 105, 405 56 Decin IV, Tchécoslovaquie. Tél. : 0412-27001. Télécopieur : 0412-8721.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un producteur de textiles (velours et velours côtelé) offre aux parties intéressées l'utilisation gratuite des installations pour la production de tissu pouvant aller jusqu'à 10 000 mètres carrés. Communiquer avec Vladimír Sobeslav, Velveta továrny na mansestry a samety, Zavod 5, 509 37 Nova Paka 56, Tchécoslovaquie. Tél. : 0434-2511. Télécopieur : 0434-194-572.

HONGRIE — Une entreprise bien établie de taille moyenne, spécialiste de détergents et de produits chimiques spéciaux, recherche des partenaires d'entreprises conjointes — en particulier, des firmes qui possèdent de la nouvelle technologie et du savoir-faire en marketing et en réorganisation stratégique — dans le cadre du processus de privatisation ayant lieu en Hongrie. Les technologies susceptibles d'intéresser l'entreprise sont la fabrication de détergent liquide, de produits chimiques environnementaux et les procédés de production de matières amylacées. Contacter Magda Batky ou Susan Faix, Transalpina, 1124 Budapest, Hegyalja u.83/A.11.6,

Furnaces Industries Inc.), 194 Keshavars Blvd., P.O. Box 14335-448, Tehran, Iran. Télécopieur : (021) 415-3995. Tél. : (021) 656-198. Télex : 223356 SAKO.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur bien établi recherche des couches jetables. Communiquer avec Simon Morley-John, Swift New Zealand, P.O. Box 2301, Auckland, New Zealand. Télécopieur : (64-9) 579-7047.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Un importateur de machines de traitement désire représenter des fournisseurs de machines d'étiquetage, d'emballage et de traitement (assortis aux industries de produits alimentaires et de boissons). Communiquer avec Michael

Webb-Elliott, Sutton Group Limited, P.O. Box 10123, Auckland, New Zealand. Télécopieur: (64-9) 883-908.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Des fournisseurs de maquettes de présentation animées et motorisées pour la vente au détail seront représentés par Rod Holland, Managing Director, Allpoints International Marketing Limited, P.O. Box 843, Napier, New Zealand. Télécopieur: (64-6) 843-3667.

SINGAPOUR — Une entreprise de marketing désire importer des spiritueux, des produits pharmaceutiques, des chaussures, des produits pour le soin des pieds et des produits de consommation. Communiquer avec Lawrence Lee, General Manager, Dime Darby Marketing, 896 Duneam Road #04-03, Sime Darby Centre, Singapore 2158.

SINGAPOUR — Une société désire importer les produits séchés suivants : peaux de requin, concombres de mer, champignons et ormeaux séchés ou en conserve. Communiquer avec Michael Poon, Managing Director, Hiap Heng Chng(S) Pte Ltd., 5-6 North Canal Road, Singapore 0104. Tél. : 535-1888. Télécopieur : 535-7283.

Débouchés commerciaux

Hongrie. Télécopieur : 361-166-8410.

INDE — Un avis d'appel d'offres (#34-91-92) a été émis par l'Indian Space Research Organization, à Bangalore, pour l'acquisition de miroirs à surface secondaire avec revêtement conducteur. Les dimensions et les quantités inscrites entre parenthèses sont les suivantes : 40 mm x 20 mm x 0,15 mm (6900); 40 mm x 40 mm x 0,15 mm (600); et 20 mm x 20 mm x 0,15 mm (600). On peut se procurer les documents, qui coûtent 100 roupies, jusqu'au 22 janvier 1992 auprès de la mission à Bombay. La date de clôture est le 22 janvier 1992. Communiquer avec le consulat du Canada à Bombay. Télécopieur : (011-91-22) 287-5514. Télex : 11-2334/5 (OBBY IN).

IRAN — Un fabricant de fours établi recherche un représentant ou cherche à établir un accord de concession de licence pour la fabrication, en Iran, de fours à induction, de fours à vide et de fours de fusion des métaux. L'entreprise désire aussi conclure un accord de savoir-faire technologique avec un fabricant canadien établi en matière de placage solide décoratif laminé (plastiques, bois). Communiquer avec Senayee Koureh Iran (Iran

Foires, expositions et conférences en Inde

Les représentants d'entreprises canadiennes qui comptent effectuer des voyages d'affaires en Inde devraient envisager de faire coïncider leur itinéraire avec les principales foires commerciales, expositions et conférences indiennes.

Bien que le Canada ne participe officiellement qu'à une seule de ces manifestations, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et les agents commerciaux canadiens à New Delhi et Bombay peuvent fournir des renseignements et de l'aide aux sociétés canadiennes qui désirent tirer profit des débouchés commerciaux éventuels en matière de marketing, d'entreprises conjointes et de transfert de technologie.

• **8e exposition internationale de produits alimentaires, du matériel de transformation des aliments et de matériel et fournitures pour hôtels et restaurants (AHARA'92)** — 15-21 janvier 1992 — Pragati Maidan, New Delhi. Organisée par la Trade Fair Authority of India, AHARA'92 comportera des produits alimentaires ainsi que du matériel et de la technologie servant à la transformation et à l'emballage des aliments. L'exposition comprendra aussi des fournitures industrielles et des meubles pour hôtels et restaurants.

• **3e exposition internationale de machines d'exploitation minière (IMME'92)** — 25-29 janvier 1992 — Calcutta. Organisée par la Confederation of Engineering Industry, IMME'92 comprendra une gamme complète de matériel utilisé dans les mines à ciel ouvert et les mines souterraines ainsi que le matériel, les outils et les services connexes.

• **7e exposition internationale et congrès sur la technologie (Wisitex'92)*** — 4-10 février 1992 — Pragati Maidan, New Delhi. Cette manifestation est organisée par la Wisitex Foundation; elle comporte, entre autres, des instruments, des produits électroniques industriels, des systèmes d'informatique et de télé-

communications ainsi que des technologies et des systèmes de fabrication.

* La participation officielle du Canada à cette foire commerciale sera assurée par le Haut-Commissariat du Canada à New Delhi. Un kiosque sera sur place. Les entreprises intéressées pourront faire parvenir leurs brochures (de 40 à 50 exemplaires) à la foire par l'entremise de M. Anthony Page, PST, à l'adresse ci-dessous (voir paragraphe suivant).

Pour de plus amples renseignements sur ces manifestations, communiquer avec Mme D. Kennedy, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Ca-

nada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7689. Télécopieur : (613) 996-4309.

On peut aussi obtenir des informations et de l'aide auprès des sources suivantes :

• Commercial Counsellor, Canadian High Commission, 7/8 Shantipath, Chanakyapuri, New Delhi 110 021, India. Télex : (code de destination : 81) 031-72363 DMCN IN. Télécopieur : (011-91-11) 687-6579.

• Canadian Consulate, 41/42 Maker Chambers VI, 4th Floor, Jammalal Hajal Marg, Nariman Point, Bombay 400 021, India. Télex : 11-85122 (COC IN). Télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

Salon international des fruits de mer de Boston : un marché de 1,1 milliard de \$

Boston — Les entreprises canadiennes ont la possibilité de participer (en exposant des brochures sur leur société et en exhibant de la documentation sur leurs produits) au salon de fruits de mer le plus grand et le plus important au monde.

La manifestation, qui aura lieu du 17 au 19 mars 1992, s'intitule **10th Annual International Boston Seafood Show (IBBS'92)** (10e salon annuel international des fruits de mer de Boston). Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) y parrainera un kiosque d'information. Celui-ci sera tenu par des agents commerciaux du gouvernement canadien dont certains sont en poste dans différentes villes américaines.

IBBS et, en particulier, le marché de Boston sont très importants pour les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer. En 1990, les grossistes de Boston, centre principal de distribution de poisson et de fruits de mer, ont distribué pour 1,1 milliard de dollars des 1,3 milliard de dollars d'exportations vers les États-Unis.

Au salon de l'année dernière, le kios-

que d'information d'AECEC appuyait les 80 entreprises canadiennes qui participaient soit à titre individuel soit par l'intermédiaire d'un gouvernement provincial.

Pour présenter de la documentation ou obtenir de plus amples renseignements sur IBBS'92, communiquer avec Mme W.P. (Pat) Molson, Directeur de l'agro-alimentaire, des pêcheries et des ressources (TAA), tél. : (613) 996-5353, télécopieur : (613) 995-8384; ou avec M. Peter Egyed, Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement aux États-Unis (UTI), tél. : (613) 991-9483, télécopieur : (613) 990-9119. Les deux délégués commerciaux travaillent à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2.

Pour réserver une superficie d'exposition (les places se font rares), les entreprises peuvent contacter directement National Fisherman Expositions, Incorporated, 5 Milk Street, P.O. Box 7437 (DTS), Portland, Maine 04112-7437. Tél. : (201) 772-3005. Télécopieur : (207) 772-5059.

Salon de l'alimentation en Corée en avril 1992

Seoul — Les entreprises qui désirent percer sur le marché coréen de l'industrie alimentaire peuvent explorer cette possibilité entre le 13 et le 17 avril 1992.

Pendant cette période, les sociétés intéressées peuvent participer à la **Seoul International Food Technology Exhibition (Seoul Food'92)** (exposition internationale de technologie alimentaire de Seoul), la plus grande foire commerciale de produits alimentaires et de matériel de transformation des aliments en Corée. Cette foire est parrainée par KOTRA (Korea Trade Promotion Corporation).

En vue de tirer parti de ce marché en croissance rapide, **Seoul Food'92** exposera quatre catégories d'objets : aliments, boissons, additifs alimentaires et matières premières; matériel de transformation des aliments (des appareils de minoterie au matériel de production des pâtes et des nouilles); matériaux et équipement d'emballage d'aliments (machines d'étiquetage et de codage, machines d'emballage); et matériel et machines pour restaurants et hôtels (fours, friteuses, distributrices automatiques).

Pour obtenir de plus amples renseignements ou s'inscrire — de préférence avant le 31 décembre 1991 —, communiquer avec le Korea Trade Centre, C.P. 9, bureau 600, 65, rue Queen ouest, Toronto (Ontario) M5H 2M5. Tél. : (416) 368-3399. Télécopieur : (416) 368-2893.

Exposition sur l'océanographie en Grande-Bretagne

Brighton — Les entreprises spécialisées en océanographie et en technologie océanique ont une excellente possibilité d'exposer leurs produits et d'établir d'utiles contacts à une manifestation qui se tiendra dans cette ville du 10 au 13 mars 1992.

Oceanography International, l'exposition et la conférence les plus importantes au monde dans le domaine de l'océanographie et de la technologie océanique, a attiré, en 1990, des acheteurs venus de 71 pays. Grâce à bon nombre de ces acheteurs, 17 sociétés canadiennes participantes ont été couronnées de succès et réalisé des profits.

En ce qui concerne l'événement de 1992, le Haut-Commissariat du Canada à Londres a pris des dispositions auprès des organisateurs de l'exposition afin

de réserver une section pour le Canada à un emplacement de premier choix. Les entreprises peuvent réserver des stands par l'intermédiaire des organisateurs, et elles peuvent utiliser entièrement les installations de la zone d'accueil et de discussion fournie par le Haut-Commissariat.

Les sociétés qui désirent participer ou obtenir d'autres informations devraient communiquer avec Bob Munton, Spearhead Exhibitions Ltd., Rowe House, 55-59 Fife Road, Kingston upon Thames, Surrey, KT1 1TA, England. Tél. : 011-44-81-549-5831. Télécopieur : 011-44-81-547-2807.

La Corée à l'ordre du jour

Séoul — Le commerce, la promotion du tourisme et des séminaires sur les possibilités d'investissement seront parmi les sujets qui tiendront la vedette à Séoul (Corée), du 10 au 24 février 1992.

L'occasion, une initiative d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est **Expérience Canada'92**, la quatrième manifestation depuis sa création en 1988.

Les produits canadiens de récréation et de loisirs seront en montre à un petit salon commercial individuel qui tirera parti du thème d'**Expérience Canada**, "récréation et loisirs", relié aux Jeux olympiques d'hiver qui se dérouleront à Albertville (France).

En outre, des produits alimentaires et des repas seront présentés dans des restaurants tout au long de cette "expérience" de deux semaines.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec M. Cameron Miller, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Meilleurs Voeux !

Meilleurs Voeux à nos lecteurs et lectrices pour le Nouvel An !

Le prochain numéro de **CanadExport** paraîtra le 15 janvier 1992.

Les aliments transformés pénétreront plus facilement en Australie

A l'avenir, les entreprises canadiennes exportatrices en Australie d'aliments transformés devront satisfaire à une norme nationale — plutôt qu'aux différentes normes présentement en vigueur aux différents paliers du gouvernement.

Aux termes de la National Food Authority Act du Parlement fédéral australien, une autorité a été créée pour coordonner et uniformiser les normes.

Les questions portant sur l'accès des produits canadiens au marché australien devraient être adressées à M. Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

La Tchécoslovaquie est ouverte aux investisseurs

(Suite de la première page.)

ciation européenne de libre-échange (AELE).

Aux termes de la loi sur la transformation, les entreprises doivent présenter un plan de privatisation au ministère dont elles relèvent ainsi qu'au ministère de l'administration et de la privatisation de la propriété nationale au niveau de la République. L'élément clé de ces plans réside en détail sur la manière dont l'entreprise sera transférée à la propriété privée.

Processus de privatisation

Les méthodes éventuelles de privatisation comprennent :

- la vente directe de l'entreprise à des

investisseurs tchécoslovaques ou étrangers;

- la restitution d'une entreprise à son propriétaire original;
- la distribution d'actions de la société au moyen de la vente publique de récépissés.

Les propositions relatives à plus de 2 000 entreprises qui feront l'objet de la "première vague" de privatisation devaient être présentées en date du 31 octobre 1991. La date limite pour la présentation des propositions dans le cadre de la "deuxième vague" qui, comme on le prévoit, concernera 1 500 autres sociétés est le 31 mai 1992.

Dès que le gouvernement aura approuvé les propositions de privatisation, les biens de l'entreprise seront transférés au fonds des biens nationaux au niveau fédéral, tchèque ou slovaque. Ces fonds permettront d'assumer la responsabilité globale de la privatisation d'entreprises conformément à des plans approuvés.

Un aspect clé du processus de privatisation en Tchécoslovaquie consiste à utiliser des récépissés. Cette méthode singulière de privatisation permet aux citoyens tchécoslovaques d'acheter (à un prix nominal) des récépissés permettant d'acquérir des actions dans des sociétés à responsabilité limitée ou des fonds d'investissement spéciaux destinés à des entités privatisées.

Ces récépissés ont pour objet de faciliter une transition rapide de la propriété publique à la propriété privée (une approche "big-bang") car la pénurie évidente de capitaux intérieurs et étrangers ne permet pas d'utiliser uniquement des méthodes de privatisation plus traditionnelles.

Sources d'aide et de renseignements

Les entreprises canadiennes qui désirent investir en Tchécoslovaquie devraient communiquer avec l'ambassade du Canada pour obtenir de l'information sur les règlements relatifs à l'investissement et aux entreprises conjointes en Tchécoslovaquie. L'ambassade peut aussi fournir des listes de firmes en cours de privatisation ainsi que des renseignements sur celles-ci.

Contactez l'ambassade du Canada, section commerciale, Na Petynce 120, 169 00 Prague 6, Tchécoslovaquie. Tél. : 36 79 662; 35 78 92; 35 77 85. Télécopieur : 35 54 76.

Il est aussi possible d'obtenir de l'aide auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale et de l'Est (RPT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6359. Télécopieur : (613) 995-1277.

L'Argentine et le Canada signent un accord

Un accord de protection des investissements étrangers "visant à raffermir les relations économiques et commerciales entre nos deux pays" a été signé par le Canada et l'Argentine, a annoncé la secrétaire d'État aux Affaires extérieures, Mme Barbara McDougall.

L'accord prévoit l'octroi du traitement de la nation la plus favorisée et du traitement national concernant les investisseurs canadiens et argentins, la compensation pour des pertes dues à l'expropriation, le transfert gratuit de fonds en devise convertible et les mécanismes de règlement de litiges au moyen d'arbitrage international.

L'accord a été signé à Toronto, le mois passé, par Mme McDougall et le ministre argentin des Affaires étrangères, M. Guido Di Tella.

Consultations sur les tarifs

(Suite de la première page.)

ment reconnaît que de nombreuses entreprises préfèrent maintenir le calendrier actuel d'élimination progressive des tarifs dans le cadre de l'ALE.

"Par conséquent, le gouvernement n'étudiera pas de nouveau des demandes antérieures auxquelles se sont opposés des producteurs canadiens, à moins qu'il ne soit démontré que les circonstances ont changé. En outre, on sollicitera toutes les sociétés qui demandent l'élimination accélérée des tarifs à prouver qu'elles ont le soutien du secteur industriel canadien concerné."

L'ALE prévoit l'élimination, d'ici le

1^{er} janvier 1998, de tous les tarifs sur les produits canadiens et américains qui font l'objet d'échanges commerciaux entre les deux pays. En vertu de l'Accord, les tarifs ont été éliminés au moment de la mise en oeuvre de l'ALE ou seront éliminés en cinq ou dix étapes annuelles de même durée. La série III portera sur les produits qui feront l'objet du calendrier d'élimination progressive de 10 ans.

Les demandes devraient être présentées au Comité interministériel de l'élimination accélérée des droits de douane prévus dans l'ALE, 140, rue O'Connor, 14^e étage, Ottawa K1A 0G5. Télécopieur : (613) 995-3843.

Le Canada certifiera le bois pour le Japon

Le Conseil des industries forestières de la Colombie-Britannique (COFI) est récemment devenu le premier organisme approuvé par le gouvernement japonais en tant qu'organisme d'essai étranger pour les produits en bois débité.

L'approbation, qui autorise le COFI à administrer la certification du bois débité de la Colombie-Britannique (C.-B.) et de l'Alberta, est un pas important pour les exportateurs canadiens de bois. En effet, à l'heure actuelle, le bois débité qui satisfait les normes du Japanese Agricultural Standards (JAS) peut être expédié directement aux clients au Japon. Incidemment, les coûts et les délais supplémentaires d'une réinspection sont évités.

"Voilà un élément encourageant pour l'industrie de bois débité. Cela devrait certainement favoriser nos initiatives en matière d'exportation au Japon, où le marché, en plus d'être très concurrentiel, est axé sur la qualité," dit M. Wayne Beatty, directeur des services de scierie du COFI.

Au cours de la dernière décennie, les cargaisons de bois débité expédiées par la C.-B. au Japon ont doublé; les ventes ont dépassé un milliard de dollars par an. A l'heure actuelle, le Japon est le plus grand client d'outre-mer pour le bois débité et le contre-plaqué de la C.-B. Ces produits ont enregistré une augmentation considérable des exportations vers le Japon après l'obtention de l'approbation en vertu des JAS pour le contre-plaqué structural en 1988.

L'industrie de bois débité espère obtenir des résultats semblables et, selon M. Beatty: "...le fait d'avoir obtenu l'approbation en vertu des JAS devrait permettre d'étendre la gamme des utilisations de nos produits en bois débité à l'instar des produits en contre-plaqué. Nous pensons qu'un grand nombre de possibilités s'offriront en ce qui concerne le bois débité certifié en vertu des JAS."

La demande présentée par le COFI pour obtenir le statut d'organisme d'es-

sai étranger reconnu en vertu des JAS a été approuvée en une période record de quatre mois.

"Ici, le personnel travaillait d'arrache-pied tout le temps, et je crois que l'obtention rapide de l'approbation reflète la réputation que nous avons acquise au Japon au cours des 18 dernières années," dit M. John Powles, direc-

teur des opérations en Asie du COFI, en poste à Tokyo.

Pour obtenir de l'information additionnelle à ce sujet, veuillez contacter Wayne Beatty, Council of Forest Industries of British Columbia, 1200-555 Burrard Street, Vancouver, B.C., V7X 1S7. Tél. : (604) 684-0211. Télécopieur : (604) 687-4930.

Contrats décrochés au Koweït

Au cours des huit premiers mois de 1991, des sociétés canadiennes — bon nombre dans le secteur du pétrole et du gaz — ont obtenu, au Koweït, des contrats d'environ 150 millions de dollars. D'autres contrats importants ont été attribués afin d'aider à répondre aux besoins du Koweït en matière d'environnement, de construction et de communications.

Alert Disaster Ltd., à Calgary — a décroché un contrat pour lutter contre les incendies de puits de pétrole.

Atco Enterprises Ltd., à Calgary — a fourni des installations de camps pour loger les forces des Nations unies; par la suite, la firme a remporté un contrat pour loger les pompiers britanniques participant au nettoyage qui a suivi le programme d'extinction des puits.

Bennett Environmental Consultants Ltd., à Vancouver — a décroché un contrat portant sur des barrages flottants pour déversement de pétrole.

Chart Industries, à Pickering — a fourni du matériel General Motors pour la réparation de collisions.

Canadian Airlines International Ltd., à Calgary — a obtenu un contrat pour la formation, à Toronto, de pilotes de la compagnie Kuwaiti Airways. Le contrat prévoit aussi la prestation de 13 équipes d'entretien et de soutien en ingénierie relativement à l'Airbus A310-300.

Canedcom, à Toronto — rédige des descriptions de postes, élabore des politiques relatives aux activités et des manuels de procédure. Elle restructure les calendriers d'enseignement et les programmes administratifs à l'intention de la Kuwaiti Public Authority dans le domaine de la formation et de l'enseignement appliqué.

Dreco Energy Services Ltd., à Edmonton — a remporté un contrat pour la fourniture de deux installations de forage pétrolier.

Firan Corporation, à Oakville — a fourni, à titre de sous-traitant de la société américaine Raytheon Corporation, du matériel servant à restaurer le système de communications de l'aéroport du Koweït.

Innotech Aviation Ltd., à Ottawa — a fourni des avions et des services de télédétection en vue d'établir un système d'information géographique (SIG) à Qatar. La société, de concert avec Delft Hydraulic des Pays-Bas, prépare une proposition concernant le traitement des données de télédétection pour le SIG au Koweït.

McCain Foods, à Florenceville — fournit des produits alimentaires congelés au Koweït.

Safety Boss Limited, à Calgary — trois équipes ont maîtrisé 178 puits sur
(Voir page 8 — Le Koweït.)

Le Koweït..

(Suite de la page 7.)

une période de sept mois. Une quatrième équipe a participé pendant six semaines à l'extinction de feux de surface et a exécuté d'autres travaux de contrôle à la surface.

Mitel Corporation, à Kanata — a obtenu des commandes de quelque 55 commutateurs privés (PBX) destinés à des hôtels et à des locaux gouvernementaux au Koweït.

Red Flame Oil Well Fire Fighters and Blowout Specialists Ltd., à Red Deer — a décroché un contrat pour éteindre et coiffer 58 des plus grands puits de gaz sulfureux à haute pression dans le champ d'Umm Gudair.

S.L. Ross Environmental Research Ltd., à Ottawa — a fourni des programmes de logiciels, des services, de la formation et du matériel à Bahrein et à Qatar.

Weatherhaven Resources Ltd., à Vancouver — a équipé un camp de 80 personnes afin de loger une mission de maintien de la paix des Nations unies.

Western Star Trucks, à Kelowna — a remporté un contrat pour la livraison de 47 camions-citerne à une compagnie pétrolière au Koweït.

Le rôle de la CCC sur cassette vidéo

La Corporation commerciale canadienne (CCC) — laquelle facilite l'exportation de produits et services canadiens par des transactions entre gouvernements — a produit une cassette vidéo sur son rôle et ses activités.

Pour obtenir un exemplaire gratuit

Le marché des meubles de bureau en Belgique. D'après une enquête menée par l'ambassade du Canada à Bruxelles, il s'agit d'un marché d'environ 270 millions de dollars, dont la moitié est importée. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès de Mme Céline Boies, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, AECEC. Tél. : (613) 996-7544. Télécopieur : (613) 995-6319.

Environmental Protection Market in Taiwan (marché de la protection de l'environnement à Taiwan), un rapport de 60 pages préparé à l'intention du

Au Calendrier

Halifax — 22 janvier — Charlottetown — 23 janvier — Colloque : Comment tirer parti d'une foire commerciale. Communiquer, à Halifax, avec : Mme Maryann Everett, CCI. Tél. : (902) 426-7540. Télécopieur : (902) 426-2624; et à Charlottetown : M. Fraser Dickson, CCI. Tél. : (902) 566-7443. Télécopieur : (902) 566-7450.

Bureau commercial canadien de la Chambre de commerce du Canada à Taipei, estime que la valeur du marché pour les six prochaines années sera de 12 milliards de dollars US, ce qui offre des possibilités considérables aux exportateurs canadiens. Le rapport, qui coûte 325 \$ CAN (y compris les frais de livraison par messagerie aérienne au Canada), contient les stratégies qui permettent de réussir. On peut se procurer un exemplaire du rapport à l'adresse suivante : Environmental Market Survey, Canadian Trade Office in Taipei, 13 th Floor 365 Fu Hsing N. Road, Taipei, Taiwan. Tél. : 011-886-2-713-7268. Télécopieur : 011-886-2-712-7244.

Le rapport *Exposition internationale de fruits de mer de Boston (86TB)*, établi par la Direction de l'agro-alimentaire, des pêcheries et des ressources, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est le rapport sur l'édition de 1991 sur cette manifestation. Celle-ci est la plus grande exposition de fruits de mer au monde, et les entreprises spécialisées dans ce domaine doivent y participer à tout prix. Il est possible de se procurer des exemplaires du rapport auprès d'Info Export (voir l'encadré ci-dessous).

Market Study on Educational Systems in Mexico (#20 LA) (qui examine les systèmes de formation, le matériel, les livres et les cartes) et l'*Étude sur l'industrie mexicaine du fer et de l'acier (23 LF)*, sont disponibles auprès d'Info Export (voir l'encadré ci-dessous).

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT).
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Revenu canadien des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°1

15 janvier 1992

Jordanie : débouchés en équipement médical

Selon un rapport d'experts-conseils préparé pour l'ambassade du Canada à Amman, les lits, le matériel médical et les médicaments sont parmi les articles recherchés par le secteur médical en Jordanie. Le pays, qui devient un centre médical régional, a aussi besoin de technologie médicale de pointe, de services, d'hôpitaux et de matériel. Des débouchés considérables sont ainsi créés pour les sociétés canadiennes.

On recherche aussi des lits obstétricaux, et il y a un besoin urgent de lits pour malades dans les cas d'urgence.

Dans le domaine pharmaceutique, les Jordaniens étudient la possibilité de produire des matières premières destinées à leurs produits. Dans ce domaine, le savoir-faire canadien pourrait jouer un rôle, indique le rapport. Le gros de la production pharmaceutique de la Jordanie est exporté, mais le marché intérieur dépend encore grandement des produits importés.

A l'heure actuelle, le Canada accapare une petite part du marché; toutefois, d'après le rapport, la demande de nouveaux médicaments est importante et la pénurie actuelle est grave. "Cela pourrait fournir aux Canadiens la possibilité de participer au marché des produits pharmaceutiques," surtout que l'on a grandement besoin de médicaments dispendieux utilisés pour le traitement du cancer, les problèmes cardiaques et les maladies psychiatriques.

Tous les besoins ne sont pas liés aux médicaments; les fabricants locaux produisent des produits de nettoyage et d'autres produits ayant un caractère parapharmaceutique.

A cet égard, les sociétés canadiennes pourraient explorer les possibilités d'établissement d'entreprises conjointes ou

d'accords de concession de licences en vue d'exporter des produits en Jordanie.

Toutes les importations de produits pharmaceutiques doivent obtenir une

(Voir page 10 : La Jordanie.)

Séminaires sur la libéralisation des contrôles à l'exportation

"Les nouvelles modifications importantes apportées au Système de contrôle des exportations et le marché croissant des produits de haute technologie en Europe de l'Est" est le thème d'une série de séminaires devant se tenir à travers le Canada à compter du mois prochain.

On prévoit que de nombreuses entre-

prises participeront aux séminaires, et l'on encourage les parties intéressées — surtout celles qui exportent déjà — à participer et à s'inscrire rapidement.

**Pleins feux sur
l'Amérique centrale**
Supplément pages 5-8

Les séminaires mettront surtout l'accent sur les modifications importantes (qui ont entraîné une libéralisation accrue) apportées au Comité de coordination du contrôle des échanges stratégiques et entrées en vigueur le 1^{er} septembre 1991. Cependant, des experts seront présents pour répondre aux questions opportunes sur les débouchés en Europe de l'Est.

Les séminaires intéresseront en particulier les gestionnaires de marketing et

de production, les spécialistes devant être informés des modifications apportées aux contrôles des exportations (en particulier, les modifications reliées au Comité), les courtiers en douane et les transitaires.

De nouveaux renseignements seront aussi fournis sur les initiatives de non prolifération telles que les produits nucléaires à usages doubles, les produits chimiques et la technologie relative aux missiles — et sur ce que ces initiatives représentent pour les exportateurs canadiens.

Des exemplaires du "nouveau format" de la *Liste de marchandises d'exportation contrôlée*, maintenant plus facile à utiliser, seront distribués gratuitement. Le but est d'informer davantage le public des contrôles globaux de l'exportation au Canada et de rendre l'ensemble du système plus transparent.

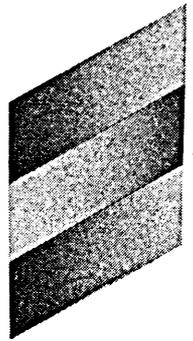
Les séminaires d'une journée coûtent 80 \$ (cette somme comprend la TPS, des rencontres individuelles, le buffet-déjeuner). Ils sont organisés par la Direction du contrôle des exportations d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada conjointement avec l'Association des exportateurs canadiens.

(Voir page 2 : Exportation.)

DANS CE NUMÉRO

Contrats fédéraux aux États-Unis 2
Débouchés commerciaux 3
Foires commerciales 4 & 9
Contrats, Centres de commerce . 10
L'Australie : florissant marché des pièces pour camion 11
Calendrier/Publications 12

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Appels d'offres du gouvernement américain ouverts aux entreprises canadiennes

Les entreprises canadiennes peuvent soumissionner des contrats relatifs à des projets du gouvernement fédéral américain auprès du General Services Administration (ces contrats ressemblent au programme des offres permanentes d'Approvisionnements et Services Canada). Les appels d'offres seront lancés d'après le calendrier ci-dessous; la période de soumission se termine d'habitude 30 jours après la date de l'appel d'offres.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — composantes électriques et électroniques et matériel de mise à l'essai.

Valeur prévue du contrat : 300 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 25.

Date de la prochaine période de soumission : août 1992; date d'entrée en vigueur : janvier 1993.

Période du contrat : 1^{er} août 1991 - 31 juillet 1995.

N° du projet : 66 II H.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Charita Saculles, tél. : (703) 557-9403.

Produit : Machines industrielles spé-

ciales — plaques d'impression lithographique, solutions et originaux; matériel d'impression, de reproduction et de reliure; machines de pulvérisation, de trituration et de broyage.

Valeur prévue du contrat : 108 634 000 \$.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 30.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : octobre 1992.

Période du contrat : 1^{er} juillet 1991 - 30 juin 1994.

N° du projet : 36 II.

Renseignements : GSA Office Equipment Commodity Centre, Philip Cohen, tél. : (703) 557-9292.

Produit : Instruments et matériel de laboratoire — systèmes d'analyse chimique du sang; pipettes de dilution ou systèmes de pipetage.

Valeur prévue du contrat : 260 millions de dollars.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 30.

Date de la prochaine période de soumission : octobre 1992.

Période du contrat : 1^{er} octobre 1990 - 30 septembre 1994.

N° du projet : 66 II A.

Renseignements : GSA Office and Scientific Equipment Commodity

Center, Brian Jameison, tél. : (703) 557-8626.

Produit : Meubles ménagers remboursés.

Valeur prévue du contrat : 200 000 \$.

Nombre de vendeurs pour le projet actuel : 36.

Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission : octobre 1992.

Période du contrat : 1^{er} mai 1991 - 30 avril 1996.

Renseignements : GSA Furniture Commodity Center, Jimmy Reid, tél. : (703) 557-5211.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour informations générales, s'adresser à M^{me} Judith Bradt, ambassade du Canada à Washington, D.C. Tél. : (202) 682-7746. Télécopieur : (202) 682-7619.

Séminaires sur les contrôles...

(Suite de la première page.)

diens et les centres de commerce international partout au pays.

Voici les lieux et les dates de ces séminaires :

Ottawa, 12 février; Montréal, 13 février; Halifax, 14 février; Toronto, 17 février; Winnipeg, 18 février; Calgary, 20 février; et Vancouver, 21 février.

Pour obtenir de plus amples renseignements et un formulaire de demande, communiquer avec M. George Rogerson, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Débouchés commerciaux

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

BANGLADESH — Une entreprise désire représenter des fabricants et des exportateurs canadiens de **produits industriels et de consommation**. Communiquer avec Anil K. Dey, Managing Director, Deybon Tradeways, 10, Motijheel Commercial Area, G.P. O. Box No. 102306 Dhaka, Bangladesh. Télécopieur : (8802) 411197. Télex : 64260 BHL BJ DEYBON.

GRANDE-BRETAGNE — Une entreprise bien établie, possédant de nombreuses relations dans l'industrie, désire communiquer avec des fabricants de matériel ou de logiciels reliés au matériel de surveillance de l'environnement et de contrôle des procédés. La société a pour objectif de distribuer ces produits au Royaume-Uni et en Europe, séparément et incorporés à des systèmes qu'elle a conçus. Communiquer avec Bob Whiley, Market-

ing Manager, Marconi Environmental Systems, Eletta Avenue, Waterlooville, Hampshire PO7 7XS, England. Tél. : 011-44-705-264466. Télécopieur : 011-44-705-260246.

HONGRIE — Le producteur de verre le plus ancien au pays, dont les produits faits à la main sont de qualité supérieure, recherche des partenaires commerciaux ou des investisseurs éventuels. Communiquer avec Atilla

Muller, General Manager, Parad Glass Factory Ltd., H-3242, Paradsasvar Rakoczi ut 46-48, Budapest, Hungary. Tél. : (36) 36-64-123. Télécopieur : (36) 36-64-494.

INDE — Un appel d'offres, dont la date de clôture est le 5 mars 1992, a été lancé par la Karnataka Power Corporation Ltd. de Bangalore pour le **transport, l'installation et la mise en marche de trois groupes électrogènes**

tiges et de profils extrudés en polyéthylène de qualité industrielle (qualité inférieure, haute qualité et très haute qualité — pas de qualité flexible). Communiquer avec Barry Pett, General Manager, Addington Engineering Company Limited, P.O. Box 4289, Christchurch, New Zealand. Télécopieur : 64-3-794-739.

SUISSE — Une entreprise commerciale recherche de grandes quantités de **produits désuets et d'excès de stock, notamment des jouets, de la poudre de blanchissage** (pour la lessive et la vaisselle) **et des produits de beauté** (shampooings, crème solaire, rouge à lèvres, vernis à ongles). Communiquer avec General Stock Lots, Swiss Division, 40 Rue de Neuchatel, CH-1400, Yverdon-les-Bains, Switzerland. Tél. : 024-21-00-47. Télécopieur : 024-21-34-20. Télex : 457-2999 TXC CH (Att : Continental Switzerland).

Importateurs Panaméens

Les importateurs admissibles suivants recherchent divers produits canadiens :

• Juan D. Medrano, Presidente de Grupo Cofisa, S.A., importe des **additifs pour béton, des fournitures de plomberie, des accessoires de salle de bains et de cuisine**. Apartado Postal 11055, Panama 6, Panama. Tél. : (011-507) 241877. Télécopieur : (011-507) 216860.

• Mario Chamorro, Gerente, Hopsa, importe des **panneaux muraux, des bains giratoires, des cuves thermales, des produits de construction décoratifs, des vis et des organes d'assemblage**. Apartado B-2, Panama 9A. Tél. : (011-507) 363000. Télécopieur : (011-507) 362875.

• Julian Palacio, Gerente de Mercado, Grupo Rodelag S.A., désire importer les produits suivants : **pompes à eau, câbles électriques, échafaudages, humidificateurs et ventilateurs, serrures, matériel de sécurité et bois de construction**. Apartado 4503, Panama 5. Tél. : (011-507) 362333. Télécopieur : (011-507) 363187.

• Alfredo Enrique Vargas, Presidente, Inversiones Sagrav, S.A. (propriétaire de filiales au Costa Rica, en Jamaïque et à Porto Rico) désire importer ce qui suit : **tuiles, quincaillerie de construction, produits de construction décoratifs, fournitures de plomberie, bois de construction, serrures, matériel de sécurité, matériaux d'isolation, contre-plaqué et placage**. Apartado 9A-1050, Panama 9A. Tél. : (011-507) 330902. Télécopieur : (011-507) 335685.

de 50 MW, de matériel auxiliaire et connexe et de systèmes de contrôle, destinés à la centrale électrique de Kadra Dam. Les documents coûtent 136\$ US. Pour obtenir de l'aide, communiquer avec le consulat du Canada, Bombay (Inde). Télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise désire prendre contact avec des fabricants et des fournisseurs de tôle, de

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant d'articles en plastique et en métal **désireux d'étendre sa ligne de produits**, veut conclure un accord de coopération et d'entreprise conjointe avec des entreprises canadiennes. Contacter Karel Jemelka, Plastico Domazelice, P.O. Box 1, 751 15 Domazelice u Prerova, Czechoslovakia. Tél. : 42-641-91539. Télécopieur : 42-641-91293.

Entreprises recherchées pour une foire sur le pétrole et le gaz

Moscou — Des sociétés qui répondent aux critères d'admissibilité sont recherchées pour participer au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à Neftegaz'92. Cette importante foire commerciale de pétrole et de gaz se tiendra à Moscou, du 19 au 27 mai.

Les républiques soviétiques (en particulier la République de Russie) offrent de nombreux débouchés commerciaux au secteur canadien de l'énergie. Les exportations accrues d'énergie permettent aux entreprises conjointes établies par des sociétés occidentales et locales, qui comportent le partage de la production, de réaliser des profits. En fait, la Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale de l'Est, à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, indique que le secteur le plus actif est celui de l'énergie. De plus, c'est également dans ce secteur que les sociétés canadiennes réussissent le mieux en République de Russie et au Kazakhstan.

Des projets sont en cours d'exécution dans le domaine de la récupération améliorée du pétrole, la régénération des puits de pétrole, l'exploration géologique, les pipelines, le raffinage des

produits pétrochimiques, la construction et la conservation de l'énergie.

Pour être admissibles à exposer au pavillon national, les participants doivent se conformer aux éléments suivants : être une entreprise constituée en société, être prêts à exporter, être enregistrés ou en cours d'enregistrement à Exportations WIN (réseau mondial d'information sur les exportations d'AECEC), être établis et exercer des activités au Canada depuis au moins deux ans et avoir des données sur les ventes réalisées pendant ces deux années, ou avoir des ventes annuelles de plus de 100 000 \$. Les participants doivent aussi avoir satisfait aux exigences en matière de déclaration de toute aide fournie antérieurement dans le cadre du PDME.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur Neftegaz'92 ou sur les critères d'admissibilité, communiquer — dès que possible — avec Mme Thérèse Gervais, Foires commerciales et missions - Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Télécopieur : (613) 995-6319.

Salons des produits médicaux

Atlantic City — Les fournisseurs canadiens de produits et de services relatifs aux soins de santé ont la possibilité de pénétrer le vaste marché des États-Unis d'une valeur annuelle dépassant 39 milliards de dollars (dépenses reliées aux hôpitaux seulement).

Ils peuvent participer au pavillon national du Canada au 1992 Middle Atlantic Health Congress (MAHC) Trade Show, qui se tiendra les 20 et 21 mai à Atlantic City (New Jersey).

Le MACH Trade Show permet aux membres du Middle Atlantic Health Congress (représentant plus de 700 installations de soins de santé à New York, en Pennsylvanie et dans le Delaware) de rencontrer des fournisseurs de produits et de services de santé en vue de prendre des décisions d'achat.

Pour de plus amples renseignements sur la participation à cette foire commerciale, communiquer — d'ici le 15 février 1992 — avec Donald H. Garretson, Jr., Canadian Consulate General, New York City. Tél. : (212) 768-2400. Télécopieur : (212) 768-2440.

Belgique : trois expositions sur la technologie de l'information

L'ambassade du Canada à Bruxelles participera à trois foires commerciales importantes en Belgique, dans le domaine de la technologie de l'information (TI).

Cette implication dans ces événements vise à tirer parti du marché croissant de la technologie de l'information (TI) en Belgique — pays considéré par beaucoup comme le point d'entrée des sociétés désirant prendre pied sur le marché européen unique de 1992 — et pour faire la promotion de la technologie et du savoir-faire canadiens dans le domaine de la TI. Les entreprises canadiennes sont invitées à participer aux foires suivantes :

- **Software Automation** — 25 et 26 mars 1992 — Kortrijk; une foire commerciale annuelle de logiciels de pointe.
- **TMAB Exhibition** — 8-9 avril 1992 — Bruxelles; une rencontre annuelle de l'industrie belge des télécommunications.
- **InterEleoc** — 18-25 novembre 1992 — Ghent; l'exposition principale d'automatisation, de composantes et de matériel d'essai et de mesure.

L'ambassade organisera aussi, en novembre 1992, un séminaire sur les télécommunications canadiennes.

Les entreprises qui désirent participer de concert avec l'ambassade à ces activités ou obtenir d'autres renseignements peuvent contacter Mme Céline Boies, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7544.

Les sociétés peuvent aussi communiquer avec M. Freddy Dutoit, agent commercial, ambassade du Canada, 2, avenue de Tervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Tél. : (011-32-2) 735-6040. Télécopieur : (011-32-2) 735-3383.

*L'Amérique centrale***Un marché de plus en plus intéressant**

par Don Wight

Étant donné que les prévisions indiquent que la paix va durer et que la croissance économique sera renouvelée au cours de la prochaine décennie (et au-delà de celle-ci), l'Amérique centrale (qui comprend Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica et Panama), se révèle une région à considérer par les exportateurs canadiens.

Avec des salaires relativement bas, une population (30 millions) ayant reçu un enseignement assez bon et dont la richesse augmente, des États ayant une capacité croissante d'emprunter des fonds pour des projets d'immobilisations et de l'infrastructure, on peut conclure que plusieurs nouvelles occasions s'offrent aux entreprises canadiennes dans la région.

Ce climat favorable est encore raffermi par le fait que les gouvernements de la région sont en train de réduire les tarifs ainsi que les restrictions en matière d'importation et de contrôle de la monnaie. Ils font aussi la promotion des investissements étrangers afin de développer des économies plus concurrentielles et axées sur l'exportation.

D'ailleurs, tous les pays sauf, le Honduras et le Panama (qui ont demandé l'adhésion), sont des signataires de l'Accord sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). De plus, on oeuvre à la rénovation de la coopération régionale pour les questions de douanes et de tarifs.

A noter également : la diminution considérable de la dette de la région entraîne la relance des prêts pour immobilisation par les institutions de financement internationales. Au cours de la prochaine décennie, entre un et deux milliards de dollars seront fournis comme prêts à la région par la Banque mondiale, la Banque centro-américaine d'intégration

En 1990, les exportations du Canada vers l'Amérique centrale ont atteint

environ 105 millions de dollars par an et les importations environ 195 millions de dollars. Le déficit du Canada était donc de l'ordre de 90 millions de dollars. Traditionnellement, le Canada a exporté des matières premières allant de la pâte à papier aux légumes en passant par le papier, les engrais, le plastique, les produits chimiques, les céréales, le carburant, l'huile comestible, le lait en poudre et les produits laitiers.

Alors que les pays continuent à devenir de plus en plus prospères, ces expor-

tations canadiennes qui, bien qu'elles se poursuivent, seront probablement suppléées par des produits finis et par des technologies, des services et un savoir-faire plus modernes et plus avancés.

Vous trouverez ci-joint une ventilation générale par pays, comprenant les renseignements susceptibles d'intéresser les exportateurs canadiens déjà en affaires dans la région et ceux qui envisagent explorer les débouchés sur ce marché de plus en plus intéressant et important.

La demande au Guatemala s'apparie à l'offre du Canada

Avec une économie axée sur le secteur privé, le Guatemala est un pays où il n'existe presque pas de restrictions en matière d'importation. Le marché, comme dans la plupart des pays d'Amérique centrale, est très concurrentiel. Bien que l'on tienne compte de la qualité des produits, les prix les plus bas sont habituellement un gage de succès dans les ventes.

Le Guatemala importe des produits et des services pour environ 1,7 milliard de dollars par an. En 1990, la part du Canada a été de 28,1 millions de dollars; les exportations ont surtout consisté en produits laitiers et alimentaires, en poisson préparé, en pâte et papier, en engrais et en plastique.

Le Guatemala est le pays le plus peuplé (9,2 millions d'habitants) d'Amérique centrale. Il a établi des plans de développement qui s'apparentent aux capacités de fourniture du Canada telles que l'énergie, le transport, les télécommunications, la santé et l'enseignement. L'agriculture et l'industrie sont aussi deux secteurs dynamiques qui offrent des débouchés pour la vente de matières brutes, de technologie et de services de consultation.

Les débouchés commerciaux à court terme — pour lesquels le service commercial de l'ambassade du Canada peut suggérer une représentation locale et qui offrent des possibilités immédiates — comprennent le matériel et les accessoires informatiques, les matières premières destinées aux industries du plastique et des produits pharmaceutiques, les produits alimentaires préparés, le petit matériel agricole et les produits spéciaux en papier.

Dans le secteur du pétrole, il existe de nombreuses possibilités d'exportation de matériel géophysique et de forage, de matériel et de technologie dans le domaine des pipelines ainsi que de services reliés au pétrole.

En fait, dans le domaine des projets d'immobilisations, secteur pétrolier, le gouvernement du Guatemala compte exécuter trois projets en 1992 : les installations de stockage des produits pétroliers du Penate, sur la côte Pacifique; une installation de stockage de gaz de pétrole liquéfié sur la côte Atlantique, et la construction d'un pipeline de produits pétroliers de 110 km.

Ces trois projets seront probablement
(Voir page 6 — Le Guatemala.)

Guatemala

(Suite de la page 5.)

déclarés comme priorités nationales et feront l'objet d'un appel d'offres dès que les documents de soumission et le cahier des charges seront prêts. En raison du taux de chômage élevé, du faible coût de la main-d'oeuvre et du faible fardeau fiscal, le Guatemala attire les investissements étrangers, en particulier dans le secteur manufacturier. Le gouvernement offre des mesures d'encouragement fiscale aux investisseurs étrangers dans les industries qui exportent.

A propos du marketing, il est très important que les exportateurs visitent les marchés. Cette démarche permet de rencontrer des représentants, des distributeurs et des clients éventuels en plus d'étudier la concurrence. Lorsque les débouchés sont prometteurs, il est conseillé de faire d'autres visites. D'habitude, deux à trois visites sont nécessaires pour obtenir un certain succès.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur les débouchés commerciaux et de l'information sur l'état des projets, communiquer avec le service commercial de l'ambassade du Canada à l'adresse suivante : Commercial Section, Canadian Embassy, 7A Avenida 11-59, Zona 9, Edificio Galerias Esapana, 6 nivel, Guatemala City, Guatemala. Tél. : (011-502-2) 321411/321418/321426. Télécopieur : (011-502-2) 321419.

Ambassades

Ambassade du Canada, Apartado Postal 10303-1000, San Jose, Costa Rica.

Tél. : (011-506) 55-35-22. Télécopieur : (011-506) 23-23-95. Telex : (Code de destination 376) 2179 (DOMCAN CR).

Ambassade du Canada, P.O. Box 400, Guatemala City, Guatemala. Tél. :

(011-502-2) 321411/321413/321426.

Télécopieur : (011-502-2) 321419.

Telex : (Code de destination 372) 5206 (5206 CANADA GU).

Salvador : climat d'affaires et d'investissements accueillant

Les exportations canadiennes à El Salvador, le pays le plus petit et à la densité de population la plus forte (5,3 millions d'habitants) en Amérique centrale, varient grandement d'une année à l'autre en raison de la fluctuation de l'offre et de la compétitivité des prix.

En 1990, les exportations canadiennes se sont élevées à 15,2 millions de dollars. Les produits exportés en grand volume et les produits traditionnels étaient les suivants : produits agricoles, matières brutes industrielles, papier journal, produits chimiques et plastique.

Actuellement, le marché est ouvert à de nombreux produits canadiens, y compris les matériaux de construction, les instruments et la charpente, le matériel de télécommunication et les produits électroniques.

L'exportation de produits agricoles, incluant des produits agro-chimiques, du matériel génétique et des fournitures vétérinaires, offre aussi des débouchés. De plus, il se peut que la compagnie nationale de téléphone, Antel, achète de nouvelles lignes et du matériel de commutation.

À court terme, les projets de pipeline financés par les institutions de financement internationales seront relativement petits. Mais la Banque interaméricaine de développement finance des projets dans des domaines tels l'électricité, la construction de routes et l'enseignement.

Les lois civile et commerciale créent un climat d'affaires et d'investissement accueillant. L'attitude du gouvernement est ouverte est équitable tant à l'égard de la propriété et de l'investissement étranger qu'au règlement des litiges relatifs aux capitaux et au rapatriement des capitaux.

Le pays possède une infrastructure dynamique de promotion des investissements. Il fournit des mesures d'encouragement aux fabricants désirant s'établir dans le pays — surtout lorsque l'industrie est susceptible de réaliser des revenus grâce à l'exportation.

En affaires, il faut prendre les précautions d'usage, et il vaut la peine de noter que le Canada n'a pas d'accord bilatéral de protection des investissements avec l'El Salvador.

Au Honduras, la patience paie

Le Honduras importe des produits et services d'une valeur d'environ un milliard de dollars US par an. Les débouchés se retrouvent surtout dans le secteur privé qui a recommencé à investir.

En 1990, les exportations canadiennes au Honduras ont atteint 10 millions de dollars; elles ont consisté principalement en produits en papier en produits alimentaires (poisson et fruits de mer transformés, lait en poudre), en produits chimiques et en plastiques.

Parmi les débouchés, on peut notamment mentionner la fourniture de produits agricoles, y compris des produits chimiques, des engrais, des animaux géniteurs et une vaste gamme d'appareils. Le gouvernement favorise nettement l'établissement de zones industrielles hors taxes.

Les autres mesures d'encouragement comprennent des exonérations temporaires d'impôt et des remboursements d'impôts à l'exportation. Ces mesures visent les industries qui réaliseront des revenus à l'exportation.

Au Honduras, d'importants projets en cours d'exécution sont financés par les institutions financières internationales (IFI). On les retrouve surtout dans les domaines du transport (routes, ponts, ports), du traitement des eaux, de la production d'électricité et de l'environnement. Avec une économie améliorée, les nouveaux projets financés par les IFI sont susceptibles de débiter dans les secteurs de l'électricité, du transport, de la santé et de l'enseignement.

Produits de base recherchés au Nicaragua

Le Canada a une bonne réputation au Nicaragua et, bien que les exportateurs doivent être imaginatifs lorsqu'il s'agit du transport (aucun moyen direct n'étant disponible du Canada) ce marché de quatre millions de personnes pourrait être intéressant et lucratif pour les entreprises en mesure de répondre aux besoins du pays.

Quelques sociétés canadiennes ont déjà réagi; en 1990, les exportations canadiennes ont atteint 10,8 millions de dollars (par rapport à 20,1 millions en 1989). Les exportations ont surtout consisté en légumes (pommes de terre), en machines et en pièces électriques.

Cependant, il existe aussi de nombreux débouchés en ce qui concerne l'exportation de matières premières et de matériel industriel, de fournitures médicales ainsi que de matériel d'hôpitaux, de transport, électrique, de télécommunications et agricole.

En fait, après presque 12 ans de ralentissement économique, le Nicaragua a besoin de presque chaque produit de base qu'on puisse imaginer. En particulier, comme on accorde la priorité à l'agriculture, au secteur manufacturier et à la construction, il devrait y avoir une augmentation rapide de la demande de machines, de matériel et de matériaux dans ces secteurs.

En raison d'une pénurie imminente d'énergie et de la nécessité d'améliorer grandement l'infrastructure dans les secteurs du transport, de l'eau, des eaux usées, de l'environnement et de l'enseignement, des projets financés à l'échelle internationale devraient intéresser les sociétés canadiennes, à l'avenir. En outre, le gouvernement recherche de plus en plus du transfert de la technologie et des investissements. Il désire modifier ses lois afin d'attirer les investissements étrangers. (Jusqu'à présent, le Canada n'a pas encore conclu d'accord de protection des investissements étrangers avec le Nicaragua).

Le Costa Rica, un pays stable

En 1990, le Canada a exporté des produits d'une valeur de 25,6 millions de dollars au Costa Rica. Ce pays

compte environ trois millions d'habitants et jouit d'une stabilité politique depuis plus de 100 ans.

Les principales exportations canadiennes vers ce pays sont les suivantes : pâte, papier, engrais, plastique, machines et pièces électriques.

Les dépenses importantes du gouvernement pour les grands projets seront limitées à court terme. Toutefois, un certain nombre de projets financés par les institutions de financement internationales pourraient intéresser les entreprises canadiennes. Il s'agit des domaines du transport, de la production d'électricité, du traitement de l'eau et de l'environnement.

Les lois civile et commerciale assurent un climat accueillant pour le commerce et l'investissement. La propriété et les investissements étrangers, le règlement des litiges commerciaux et le rapatriement des capitaux sont établis sur une base nationale. Quant au gouvernement, il a une attitude ouverte et équitable.

Toutefois, les règlements peuvent être parfois complexes et l'on conseille aux gens d'affaires de prendre les précautions d'usage lorsqu'ils font du commerce.

Le gouvernement offre diverses mesures d'encouragement aux investisseurs qui exportent leurs produits. En fait, il existe des avantages certains à investir au Costa Rica dans des domaines où l'on exporte.

En raison du niveau de vie élevé, du grand nombre de travailleurs spécialisés et d'une infrastructure bien développée, le Costa Rica est récemment devenu un pays dans lequel il est avantageux d'investir en Amérique latine et dans les Antilles. L'organisme de promotion des investissements (CINDE) et le ministère du commerce extérieur (CENPRO) du Costa Rica sont bien structurés pour procurer aux fournisseurs éventuels les renseignements requis.

Conseils pratiques

- L'espagnol est la langue officielle de la région mais l'anglais est la langue habituellement utilisée pour traiter en affaires.

- Le marché d'Amérique centrale est hautement concurrentiel en raison de sa proximité des ports du sud des États-Unis.

- La qualité est très importante, surtout lorsqu'on fait du commerce avec de riches gens d'affaires de la région.

- Les exportateurs canadiens doivent fournir un service après vente irréprochable dans cette région.

- Les exportateurs devraient être fin prêts à visiter leurs clients une fois l'an, préférablement deux fois.

- D'habitude, les importations sont payées soit par lettre de crédit confirmée soit sur une base de paiement au comptant sur présentation des documents.

- Les offres de prix devraient toujours être sur une base CAF et en \$ US.

- Dans la plupart des pays d'Amérique centrale, les produits sont assujettis à deux droits : un droit précis établi en \$ US par kg brut; plus un droit ad valorem sur la valeur CAF.

- Toutes les grandes banques canadiennes ont des banques correspondantes dans les capitales de la région; il est donc facile d'obtenir les documents d'importation ou d'exportation nécessaires.

- Dans les ambassades, les délégués commerciaux peuvent fournir des conseils sur un certain nombre de questions.

- La participation aux foires commerciales (voir EXPOCOMER à la page 9) s'avère une bonne manière d'explorer les marchés dans la région.

Panama : un marché de 30 millions de \$ pour le Canada

Le Panama a toujours été un marché intéressant (30 millions de dollars annuellement, malgré les sanctions économiques américaines imposées pendant le règne de Noriega) pour les produits canadiens. Ces exportations ont diminué jusqu'à 15,1 millions de dollars en 1990, surtout à cause de l'adaptation du pays à l'institutionnalisation démocratique.

Actuellement, tout indique qu'au cours des quelques prochaines années, des débouchés s'offriront aux fournisseurs canadiens. Il s'agit surtout de produits agricoles, de produits alimentaires, de matériaux de construction, de matériel de télécommunications, de produits pharmaceutiques, de pièces d'automobiles et de produits de consommation de masse.

Comme l'a révélé CAPAC, un salon de la construction et des matériaux de construction qui a eu lieu récemment dans ce pays, le Panama offre de nombreux débouchés aux produits de construction canadiens. Ce salon a attiré des acheteurs de tous les coins de l'Amérique centrale. Selon les organisateurs de CAPAC, des produits et services d'une valeur allant de 150 à 200 millions de \$ US seront importés annuellement.

Les entreprises canadiennes, qu'elles fournissent des produits ou des services au secteur public ou privé, seront mieux servies par un représentant ou un agent local. *Le service commercial de l'ambassade du Canada au Costa Rica possède une solide base de données sur les importateurs admissibles à la recherche de différents produits canadiens. Certains de ces importateurs sont énumérés à la page 3.*

Un autre élément encourageant est que la communauté financière internationale exerce de plus en plus de pression sur le gouvernement pour que celui-ci libéralise l'économie, réduise les tarifs et élimine les quotas restants. On prévoit que ces barrières seront levées au cours des quelques prochaines années, ce qui créera des possi-

ibilités supplémentaires pour les exportateurs canadiens.

Avant d'obtenir des prêts des institutions financières internationales, le Panama doit rationaliser ses dettes importantes. Lorsqu'il aura fait cela, on s'attend à ce que le pays exécute un certain nombre de projets d'immobilisations dans les domaines du transport

et de l'énergie.

Outre les débouchés sur le marché intérieur, le Panama offre les avantages de la zone franche de Colon — deuxième zone commerciale franche au monde à propos de la superficie — qui sert de centre de distribution à des centaines de fabricants qui vendent en Amérique centrale et du Sud.

Sources de financement et de fonds

Actuellement, des fonds sont à la disposition des pays dans la région par l'intermédiaire des institutions financières internationales (IFI) telles la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement (BID).

Des financements moins importants offrant des débouchés restreints, comme ceux disponibles par le biais du Commonwealth Development Corporation (CDC), le Fonds de développement industriel, la Private Investment Corporation et l'Agricultural and Industrial Reactivation Fund, peuvent aussi intéresser certains exportateurs.

La Banque de développement de l'Amérique centrale (Honduras), en cours de revigoration, est aussi susceptible de financer des projets.

Les projets financés par la Banque mondiale et la BID en Amérique centrale totalisent plusieurs centaines de millions de dollars par année et la concurrence pour ces contrats est forte.

Les exportateurs canadiens de produits et services désirant poursuivre ces projets, mais qui sont encore peu familiers avec les IFIs, devraient communiquer avec l'un des bureaux suivants pour discuter des stratégies de mise en marché et obtenir des renseignements.

A Ottawa : la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF), AECEC. Tél. : (613) 995-7251. Télécopieur : (613) 943-1100.

A Washington, DC, le Bureau de liaison avec les institutions financières internationales à l'ambassade du

Canada. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

Il est également possible d'obtenir des renseignements sur l'état des projets imminents auprès des délégués commerciaux dans les ambassades du Canada au Costa Rica et au Guatemala — voir l'encadré séparé, page 5.

On peut se procurer de l'information sur l'assurance et le financement relatifs aux projets et aux ventes en Amérique centrale auprès de la Société pour l'expansion des exportations (SEE), 151, rue O'Connor, Ottawa K1P 5T9. Tél. : (613) 598-2500. Télécopieur : (613) 598-2504.

L'Amérique centrale est un bénéficiaire principal de l'aide au développement grâce à l'Agence canadienne de développement international (ACDI), dont les programmes sont évalués à 50 millions de dollars par an.

Les pays de la région sont aussi admissibles aux projets de la Coopération industrielle de l'ACDI. L'agence soutient les études préliminaires et de faisabilité effectuées par des entreprises canadiennes désirant explorer les possibilités d'entreprises conjointes et d'investissements dans le domaine du transfert de la technologie.

Pour obtenir des renseignements sur ces programmes de l'ACDI, communiquer avec le siège social de la Coopération industrielle de l'ACDI, 200, promenade du Portage, Hull (Québec) K1A 0G4. Tél. : (613) 997-7905. Télécopieur : (613) 953-5024.

Salon du matériel d'exploitation minière au Chili

Santiago — Des sociétés canadiennes de matériel et de services d'exploitation minière sont recherchées pour participer à l'exposition du pavillon canadien d'ExpoMin'92. L'événement se tiendra du 12 au 16 mai à Santiago, capitale du Chili.

On prévoit que le pavillon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada exhibe le plus grand nombre de produits et de services jamais exposés à l'extérieur du pays. Aussi, les participants éventuels devraient s'inscrire rapidement.

Au salon de 1990, 53 entreprises canadiennes ont déclaré qu'elles prévoyaient réaliser des ventes de 14,6 millions de dollars. A la manifestation de 1992, on s'attend à des résultats supérieurs. En effet, en plus d'être le plus grand marché au comptant du monde en matériel d'exploitation minière, le Chili compte investir 4 milliards de dollars dans l'industrie entre 1991 et l'an 2000. La majeure partie des

investissements sera utilisée pour résoudre les problèmes de productivité et augmenter la capacité de production.

Voici une répartition précise des dépenses :

- 2,07 milliards de dollars pour résoudre les problèmes de fonctionnement;
- 350 millions de dollars destinés à des programmes de protection de l'environnement;
- 1,26 milliard de dollars pour agrandir des usines; et
- 320 millions de dollars destinés à divers autres programmes.

Il existe un autre marché : ce salon de l'exploitation minière assorti d'un con-

grès technique attire des délégations de tous les pays d'Amérique latine oeuvrant dans le secteur de l'industrie minière.

On rappelle aux participants éventuels que tous les produits qu'ils présentent doivent avoir une teneur canadienne d'au moins 66 2/3 %.

Pour présenter une demande de participation ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec M. Paul Schutte, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 943-8806.

Foires commerciales de Panama et Porto Rico

Ville de Panama/San Juan — Un nombre limité de places est encore disponible aux pavillons parrainés par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada pour les sociétés

désirant participer aux foires commerciales qui auront lieu au Panama et à Porto Rico.

EXPOCOMER'92 se tiendra du 11 au 16 mars dans la ville de Panama. Elle intéressera en particulier les entreprises canadiennes de produits alimentaires, les firmes de construction et de quincaillerie, les fabricants d'accessoires automobiles, de matériel informatique et de fournitures de bureau, ainsi que les entreprises spécialisées dans les domaines de télécommunications, médecine et soins médicaux.

La **20th Annual Food and Food Services Equipment Trade Show** (20^e foire commerciale des produits alimentaires et du matériel pour services alimentaires) se tiendra du 25 au 27 avril 1992 à San Juan. L'exposition est surtout axée sur le marché portoricain (les exportations canadiennes de produits alimentaires y atteignent en moyenne 525 millions de dollars). Elle attire aussi des gens d'affaires voisins des Antilles.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Jon Dundon, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Huit foires importantes au Chili

Un certain nombre de foires commerciales se tiendront à Santiago (Chili) tout au long de 1992. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada compte participer à ces manifestations, de concert avec l'ambassade du Canada au Chili.

- **FIDAE** — 8-15 mars — Foire internationale de l'air et de l'espace.
- **Feria del Hogar** — 19 mars - 5 avril — Foire nationale des produits ménagers.
- **ExpoMin'92** — 12-16 mai — Salon du matériel d'exploitation minière et des services connexes à l'échelle de l'Amérique latine. Le Canada participera avec un pavillon national.
- **SOFTTEL'92** — 13-19 juillet — Salon de l'informatique et des télécommunications à l'échelle de l'Amérique latine. Le Canada aura un pavillon national.
- **ExpoFrut'92** — 30 août - 5 septem-

bre — Salon national des exportateurs de fruits.

- **Edifica** — 29 septembre - 3 octobre — Salon des fournitures, du matériel et des services destinés à l'industrie de la construction. Une partie du salon sera consacrée à l'environnement.
- **FISA'92** — 28 octobre - 8 novembre — La foire internationale la plus grande du Chili; elle attire des exposants de plus de 50 pays. Le Canada aura un pavillon national.
- **ExpoPesca** — 2-5 décembre — Foire commerciale nationale des industries de la pêche et de l'aquaculture.

Pour obtenir d'autres renseignements sur ces manifestations, s'adresser à Mme Gail Cockburn, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

La Jordanie

(Suite de la première page)

licence d'importation, accordée habituellement sans trop de difficulté. En outre, seuls les produits enregistrés peuvent être importés et ne peuvent être vendus que lorsqu'ils sont enregistrés auprès du ministère de la Santé.

D'après le rapport, les autorités jordaniennes tentent d'utiliser les retards d'enregistrement pour s'assurer que seuls les requérants sérieux percent sur le marché.

A titre de fabricant principal d'une vaste gamme de dispositifs médicaux, le Canada pourrait pénétrer le marché dans ce secteur, à condition que les Jordaniens jugent que la qualité justifie les prix supérieurs.

Le rapport révèle également les produits qui pourraient se vendre le mieux, à savoir : les dispositifs reliés à l'anesthésie et à la médecine pulmonaire, aux maladies cardio-vasculaires, aux soins dentaires, à l'oto-rhino-laryngologie, la gastro-entérologie et l'urologie, l'hématologie, l'immunologie, la neurologie, l'obstétrique et la gynécologie, l'ophtalmologie, la radiologie, la chirurgie et la toxicologie.

L'ambassade pourrait disposer de ressources limitées dans le cadre du Canada Fund Inc. (CFI) pour aider les sociétés canadiennes à explorer certains de ces débouchés éventuels.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le secteur médical en Jordanie, ou sur la manière d'obtenir de l'aide de la CFI, communiquer avec l'ambassade du Canada à l'adresse suivante : Commercial Division, Canadian Embassy, P.O. Box 815403, Amman, Jordan. Tél. : (011-962-6) 666-124/5/6. Télécopieur : (011-962-6) 689-227. Télex : (Code de destination : 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

Contrats décrochés

Hermes Electronics Ltd., à Dartmouth, a remporté un contrat de la Corporation commerciale canadienne (CCC) d'une valeur de 5,2 millions de \$ US pour fournir des bouées sonores à la marine américaine.

Bristol Aerospace Limited, à Winnipeg, a décroché trois contrats de la CCC d'une valeur totale de 2,6 millions de \$ US pour la fabrication et la fourniture, à l'Armée de l'air des États-Unis, de stabilisateurs et d'autres composants pour les avions F-5.

Canada-China Geoscience, Markham, a obtenu un contrat de 286 000 \$ CAN de la China National Coal Corporation pour la fourniture de matériel géotechnique et informatique, d'instruments géophysiques, ainsi que de la formation à des entreprises d'exploitation minière en Mongolie-Intérieure et à un institut de recherche à Peking.

Liftking Inc., à Woodbridge, a décroché un contrat de la CCC évalué à 1,5 million de \$ US. Il s'agit d'une modification de contrat qui prévoit la fabri-

cation et la fourniture de chariots élévateurs tous terrains à l'Armée de l'air des États-Unis.

Le Groupe Canadair de Bombardier Inc., à Montréal, a vendu un avion à réaction Challenger 601-3A à la Turquie. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a appuyé cette transaction en accordant un prêt de 15,8 millions de \$ US.

Canadian Marconi Company, à Montréal, fabriquera et fournira de l'équipement d'essai spécialisé au commandement des systèmes d'aviation de l'Armée de terre des États-Unis, dans le cadre d'un contrat de 3 millions de \$ US attribué par la CCC.

Computing Devices Company, à Ottawa, fournira à l'armée américaine, pour 1,6 million de \$ US, des services de soutien technique pour la conception, la mise au point, la fabrication et la mise à l'essai de systèmes antérieurement fournis par la société Computing Devices.

International Submarine Safaris (Canada) Ltd., à Port Coquitlam, livrera un sous-marin de classe Odyssee, d'une capacité de 36 passagers, à une société établie à Djakarta (Indonésie). La SEE financera la vente jusqu'à concurrence de 3,4 millions de \$ US.

Royal Machine Manufacturing Ltd., à Woodbridge, fournira à une entreprise au Mexique une chaîne d'extrusion. La SEE financera la transaction jusqu'à concurrence de 501 500 \$ US par l'intermédiaire d'une ligne de crédit établie avec la Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

West Heights Manufacturing, à Kitchener, fabriquera et livrera à l'Armée de l'air des États-Unis des assemblages de train d'atterrissage principal. Le contrat de la CCC s'élève à 1,1 million de \$ US.

Centres du commerce international

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, ainsi qu'Industrie, Sciences et Technologie Canada ont mis sur pied des Centres du commerce international qui offrent une vaste gamme de services aux exportateurs canadiens.

Terre-Neuve
Tél. : (709) 772-5511
Tcop. : (709) 772-2373

Île-du-Prince-Édouard
Tél. : (902) 566-7400
Tcop. : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse
Tél. : (902) 426-7540
Tcop. : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick
Tél. : (506) 851-6452
Tcop. : (506) 851-6429

Québec
Tél. : (514) 283-8185
Tcop. : (514) 283-8794

Ontario
Tél. : (416) 973-5053
Tcop. : (416) 973-8161

Manitoba
Tél. : (204) 983-8036
Tcop. : (204) 983-2187

Saskatchewan (Saskatoon)
Tél. : (306) 975-5315
Tcop. : (306) 975-5334

(Regina)
Tél. : (306) 780-5020
Tcop. : (306) 780-6679

Alberta (Edmonton)
Tél. : (403) 495-2944
Tcop. : (403) 495-4507

(Calgary)
Tél. : (403) 292-6660
Tcop. : (403) 292-4578

Colombie-Britannique
Tél. : (604) 666-0434
Tcop. : (604) 666-8330

L'Australie : florissant marché des pièces pour camions

C'est le moment ou jamais pour les exportateurs canadiens de pièces pour camions d'explorer ce marché en Australie. Presque toutes les tendances indiquent une forte croissance dans ce

secteur évalué à environ 750 millions de dollars australiens par an.

Ce sont les constatations de base d'une étude intitulée *A Survey of the Market in Australia for Imported, Non-OEM Medium and Heavy Truck Parts* (y compris les pièces pour remorques, nouvelles et remises à neuf). Cette étude a été établie en septembre 1991 par le consulat du Canada à Melbourne.

Croissance du marché

D'autres constatations, extraites d'une analyse portant sur le volume de pièces importées entre 1985 et 1989, indiquent une croissance continue et des débouchés accrus pour les exportateurs canadiens. On y retrouve en outre :

- Le marché des moteurs et des pièces de moteur importés (blocs, pistons, vilebrequins, etc.) est passé de 121 millions à 250 millions de dollars.

- Le marché des transmissions et des pièces pour transmissions importées (boîtes de vitesses, arbres de roues, pompes, etc.) est passé de 36,5 millions à 70 millions de dollars.

- Le marché des différentiels et des pièces pour différentiel importés (pompes de lubrification, engrenages hélicoïdaux, roues dentées, etc.) est passé de 52,5 millions à 100 millions de dollars.

- Le marché de systèmes de suspension et de direction importés ainsi que des pièces connexes (ressorts en métal et en caoutchouc, coussins d'air, pivots de fusée et ensembles, etc.) est passé de 28,5 millions à 50 millions de dollars.

- Le marché de freins et de pièces pour freins importés (patins de freins à disques, surpresseurs, systèmes de contrôle de remorques, etc.) est passé de 78,5 millions à 150 millions de dollars.

- Le marché d'autres pièces importées (filtres, miroirs, matériel de sécurité, etc.) est passé de 74,5 millions à 130 millions de dollars.

En plus de fournir des renseignements sur les taxes, les tarifs et les systèmes de distribution, l'étude énumère les importateurs, les fabricants de remorques, les associations de véhicules commerciaux, les foires commerciales, les publications et les bureaux commerciaux du Canada en Australie.

Il est possible d'obtenir des exemplaires de l'étude auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-0917. Télécopieur : (613) 996-4309.

Modification des tarifs en Argentine

La déréglementation récente de l'économie en Argentine a entraîné, depuis le 1^{er} novembre 1991, la modification d'un certain nombre de tarifs d'importation :

- Les droits de 22% (inchangés) s'appliquent à des produits à valeur ajoutée élevée (biens de production, vêtement, produits en acrylique, tubes sans soudure).

- Les droits de 13% (auparavant de 11%) s'appliquent aux produits intermédiaires (acier et fer), aux matériaux d'emballage (papier, papier d'étain), aux matériaux pétrochimiques (polyéthylène, PVC) et aux produits alimentaires transformés (huile, farine, produits en conserve).

- Les droits de 5% (auparavant de 0%) s'appliquent aux matières premières que l'on ne trouve pas en Argentine et à celles dont la balance commerciale est positive (viande de boeuf, céréales).

- Les articles exempts de droits sont, entre autres, les biens de production non fabriqués en Argentine, les livres et les beaux-arts.

Toutes les importations comportent les frais supplémentaires suivants : 3% pour l'accumulation de données statistiques et 16% pour la taxe sur la valeur ajoutée (TVA). Lorsque les produits sont expédiés par mer, on paie 12% de plus au Merchant Marine Fund.

Pour obtenir d'autres renseignements, communiquer avec M^{me} Gail Cockburn, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Télécopieur : (613) 943-8806.

Opération fraises

Une entreprise du Québec qui a participé à un salon agricole au Moyen-Orient en novembre 1989 a littéralement semé les graines de son propre succès!

A la suite de contacts établis au salon, Pappenier et Masse, de St. Césaire, a envoyé la deuxième cargaison de 750 000 semis de fraises aux services agricoles de Mirak, à Sharjah (Émirats arabes unis).

Les ventes devraient se répéter car les fraisiers doivent être remplacés chaque année en raison de la chaleur estivale.

Dans le cadre de ce qu'on a appelé "opération fraise", les semis ont été expédiés, via Air Canada, du Québec à l'aéroport de Heathrow à Londres, transférés par camion vers l'aéroport de Gatwick puis envoyés à Dubai par Emirates Air.

Un vigoureux contrôle de la température et de l'humidité ainsi qu'une excellente synchronisation ont été cruciaux. Les semis ont été plantés dans les Émirats arabes unis moins de 48 heures après leur retrait du sol québécois.

Les fraises seront récoltées quelques mois plus tôt que d'ordinaire grâce à la bonne qualité des plantes et à leur transport sans heurts et rapide.

PUBLICATIONS

Une étude intitulée *Market Study of the Software Industry in Chile* (# 113LA) a été effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à Santiago. L'ouvrage indique que le secteur du matériel informatique est bien développé. Cependant, une pénurie de logiciels de pointe engendre la création de débouchés pour les exportateurs canadiens de logiciels.

Les domaines dans lesquels la demande de logiciels est la plus grande sont les suivants :

- le secteur de l'exploitation minière (logiciels spécialisés pour les systèmes de contrôle, la planification des opérations, la détermination des réserves ainsi que les simulations et les procédés d'ingénierie);
- les systèmes d'information géographique (levée topographique à distance, géologie, contrôle de l'exploitation des forêts, gestion du niveau phréatique, pêcheries et recherche agro-alimentaire); et
- les établissements financiers, industriels et gouvernementaux (bases de données spécialisées et personnalisées, et logiciels de planification des opérations et de programmation).

D'autre part, l'étude conseille aux exportateurs de logiciels d'établir des

partenariats avec des entreprises locales afin d'exporter vers des marchés latino-américains dans des pays tiers. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès d'Info Export — voir l'encadré ci-dessous.

Taiwan, le guide des gens d'affaires est une source d'information qui contient des informations sur la façon de faire des affaires à Taiwan. Il traite, entre autres, des préparatifs pour percer sur le marché de Taiwan, des classifications des importations,

des barrières tarifaires et non tarifaires, des noms commerciaux et de l'emballage, des réseaux de distribution, des clauses contractuelles spéciales, des accords de concession de licences et des investissements directs. Le guide, qui coûte 20 \$ plus 5 \$ de frais d'expédition, est imprimé séparément en anglais et en français. On peut se le procurer auprès de l'éditeur, La Fondation Asie Pacifique du Canada, 1253, avenue McGill, bureau 195, Montréal (Québec) H3B 2Y5. Tél. : (514) 871-9481. Télécopieur : (514) 871-1269.

Au Calendrier

Toronto — 21 janvier — Exporting to the U.S.-The Challenging Market (exporter vers les États-Unis - le marché plein de défis) est le thème d'un séminaire d'une demi-journée offert à l'intention des petites et moyennes entreprises désirant explorer les marchés aux États-Unis. Pour s'inscrire (50 \$) ou obtenir de plus amples renseignements, joindre le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario, à Toronto. Tél. : (416) 491-7680.

Ottawa — 12 février; **Montréal** — 13 février; **Halifax** — 14 février; **Toronto** — 17 février; **Winnipeg** — 18 février; **Calgary** — 20 février; **Vancouver** — 21 février — Séminaires sur les thèmes suivants : les nouvelles modifications importantes apportées au Système de contrôle des exportations du Canada, et le marché croissant des produits de haute technologie en Europe de l'Est. Contacter M. George Rogerson, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. (Voir l'article à la première page).

Ottawa — 20 février — Les politiques internationales en matière de compensation, la gestion et les bénéfices industriels régionaux gouvernementaux sont les sujets qui seront discutés à cette réunion du Forum sur la participation industrielle. Communiquer avec M. Bob Brown, Ottawa. Tél. : (613) 733-0704. Télécopieur : (613) 741-6013.

Numéros à noter

Le nouveau numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Bucharest, Roumanie, est (011-40-0) 12-03-66.

La nouvelle adresse de l'ambassade

du Canada à Buenos Aires, Argentine, est 2828 rue Tagle, 1425 Buenos Aires, Argentine. Tél. : (011-54-1) 805-3032. Télécopieur : (011-54-1) 806-1209.

Le nouveau numéro de télécopieur du bureau commercial du Canada à Karachi, Pakistan, est (011-92-21) 551175.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation
Post paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANAD EXPORT

Vol. 10 N°2

3 février 1992

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
FEB 6 1992
RECEIVED
PARTME
LIBRARY
DU MINISTÈRE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

La Corée, un marché en pleine croissance

par Don Wight

Sur la scène économique internationale, la Corée occupe, en Asie, la deuxième place après le Japon comme puissance économique. Tout laisse croire que cette nouvelle puissance industrielle de la région du Pacifique continuera à être florissante.

À l'échelle mondiale, la Corée se place au 13^e rang pour ce qui est de la taille de l'économie (le Canada : 7^e), au 10^e rang comme pays commercial (le Canada : 5^e) et compte 11 entreprises sur la liste Global 500 de *Fortune* (le Canada en compte 12).

La Corée investit de plus en plus au

Canada. Ce dernier occupe la troisième place comme destination des investissements après les États-Unis et l'Indonésie. (L'investissement coréen direct au Canada est d'environ 370 millions de dollars, mais les "biens sous contrôle" peuvent atteindre deux milliards de dollars).

Bien que le marché coréen soit difficile à percer, il offre d'immenses débouchés aux exportateurs canadiens assidus, soucieux de la qualité et persévérants. En novembre 1991, une mission commerciale de 26 entreprises spécialisées dans les domaines des télécommunications, de l'énergie nucléaire

et de l'automobile, menée par M. Michael Wilson, ministre du Commerce extérieur, a constaté que les Canadiens ont obtenu — et continuent à obtenir — des résultats impressionnants sur ce marché.

En 1991, le commerce bilatéral entre le Canada et la Corée a atteint des niveaux record : plus de quatre milliards de dollars canadiens; le Canada

DANS CE NUMÉRO

Débouchés au Salvador	3
Foires commerciales	4
Équipements et pièces au Brésil 10	
Équateur, Argentine, Hongrie ...	11
Calendrier/Publications	12

Pour faire des affaires en Corée

Le marché coréen est l'un des plus difficiles au monde à percer. Les renseignements ne sont pas faciles à obtenir et les exportateurs devront utiliser plusieurs sources d'informations pour contrer le grand nombre de règles et de règlements obscurs ainsi que le système de distribution.

Pour réussir, il faut adopter une stratégie en trois points consistant à avoir

recours aux services d'une entreprise locale, au service commercial de l'ambassade du Canada, à effectuer des visites et à communiquer de façon régulière avec ses contacts.

D'abord, il est nécessaire de choisir un partenaire coréen de bonne réputation (un agent, un expert-conseil, un importateur direct ou un partenaire d'entreprise conjointe) avec lequel il faudra rester régulièrement en contact afin de s'assurer que les instructions en matière de marketing sont suivies.

Votre partenaire coréen est la clé de votre succès à long terme sur le marché.

Ensuite, il faudra consulter l'ambassade au début de vos plans de développement de marché. Les cadres commerciaux de l'ambassade peuvent vous suggérer des agents

(Voir page 9 : Conseils.)

est passé pour la première fois en plus d'une décennie d'un déficit à un excédent commercial — les exportations ont augmenté de 30 % jusqu'à environ 2,1 milliards de dollars canadiens.

On s'attend à ce que cette tendance continue en 1992 (mais pas aux niveaux de 1991).

Débouchés

Les débouchés sont traités plus en détail ailleurs dans ce numéro; en voici un résumé :

- La demande intérieure demeure inchangée dans les domaines de l'automobile, de l'énergie, du transport, des communications, de l'aérospatiale, de la défense, de l'environnement, du logement et des besoins en poisson et aliments.

- Les possibilités d'exportations canadiennes de richesses naturelles

(Voir page 5 : Un marché.)

COMMERCE CANADA-CORÉE

STATISTIQUES D'EXPORTATION
JANVIER-SEPTEMBRE 1990/1991 - 000 \$ CDN

Produits	1991	1990	Variation
Combustibles minéraux	332 642	255 025	30
Fer et Acier	208 906	46 801	346
Pulpe de bois	128 228	97 327	32
Engrais organiques	113 780	109 228	4
céréales	84 845	18 308	363
Minéraux et scories	74 563	130 141	-43
Aluminium et ses dérivés	73 641	63 547	16
Fertilisants	41 522	33 982	22
Pulpe et papiers	36 947	16 015	131
Machineries	35 535	33 638	6
Total:	1 473 664	1 140 787	29

Canada

La Colombie-Britannique tient une exposition permanente de produits et de services à exporter

Jusqu'à présent, 275 exportateurs de la Colombie-Britannique (C.-B.) ont exposé les produits et services qu'ils peuvent exporter à des clients éventuels du monde entier — et ils n'ont même pas eu à quitter la province.

Et ce, parce qu'ils ont exposé leurs produits à la B.C. Trade Showcase, une installation permanente au centre-ville de Vancouver, qui attire régulièrement des visiteurs d'affaires de la collectivité commerciale internationale ainsi qu'un grand nombre de consuls en poste à Vancouver.

Construite sur le modèle du World Trade Centre Showcase à Taipei, l'installation de 6 000 pieds carrés offre aux personnes d'affaires étrangères la possibilité d'examiner, à un seul endroit, ce qu'ils voudraient importer, et elle permet aux fabricants d'exposer ce qu'ils peuvent exporter.

Les exposants louent une superficie dans une zone divisée en quatre secteurs industriels : la haute technologie, le secteur manufacturier général, les services et l'alimentation.

Noria Shimazu, directeur du Business Conference au Japon, a été impressionné par l'aperçu idéal que l'exposition a fourni à la mission commerciale qu'il a menée en C.-B.

"D'habitude, on visite certaines in-

dustries, par conséquent, seuls des ordinateurs ou des produits en bois sont exposés, a dit M. Shimazu. Mais dans ce cas, c'est très global."

En outre, les participants exposent

Les avantages d'une foire commerciale internationale à une fraction du coût.

leurs produits à l'échelle internationale à un coût de loin inférieur à celui des foires commerciales.

M. Walt Nordstrand, de Canac/Microtel, affirme que l'exposition offre aux entreprises les avantages d'une foire commerciale internationale à une fraction du coût.

Les entreprises situées à l'extérieur

du Lower Mainland de la C.-B. apprécient aussi l'installation.

"L'exposition fournit un premier contact idéal aux sociétés telles que la nôtre, qui dépendent des marchés extérieurs sur le plan du commerce, mais qui n'ont pas de bureau à Vancouver," dit Mme Sabine Presch de Dinoflex Manufacturing, à Salmon Arm.

Établi par la British Columbia Trade Development Corporation, l'exposition est située près du World Trade Centre à la Canada Place, 601, rue Cordova ouest, Vancouver. Les heures de visite sont 9 h à 17 h, du lundi au vendredi.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Astrid Levelt. Tél. : (604) 775-0374. Télécopieur : (604) 660-4166.

— Numéros à noter —

Les nouveaux numéros de téléphone du haut-commissariat à Islamabad sont les suivants : Tél. : (011-92-51) 211-541; Télécopieur : (011-92-51) 211-540. Section commerciale : (011-92-51) 211-541

Les nouveaux numéros de l'ambassade du Canada à Brasilia, Brésil sont: Tél. : (011-55-61) 321-2171; Télécopieur: (011-55-61) 321-4529/321-3257.

Les nouveaux numéros de l'ambassade du Canada à Riyadh, Arabie Saoudite sont les suivants : Section Commerciale : (011-966-1) 488-0137

Les nouveaux numéros du haut-commissariat à Nairobi, Kenya sont : Tél. : (011-254-2) 214-804; Télécopieur : (011-254-2) 226-987/216-485

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur: Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Les délégués commerciaux au Costa Rica possèdent actuellement une base de données sur les importateurs qui désirent représenter diverses entreprises canadiennes. Quelques-unes de ces sociétés salvadoriennes, que les entreprises canadiennes intéressées devraient contacter directement, sont énumérées ci-dessous. (Nous rappelons aux personnes d'affaires qui tentent de communiquer avec ces sociétés par téléphone ou télécopieur qu'une pénurie de lignes téléphoniques au Salvador rend parfois la communication difficile. Il faut être persévérant.)

• Carlos P. Guzman, Presidente, Delta Ingenieros S.A. de C.V. recherche des fournisseurs de services et de matériel pour: commutation en télécommunications, projets d'énergie électrique, sous-stations, transformateurs et groupes électrogènes d'urgence. Apartado P. 3045 CTRO.

GBNO, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 23-2265.

• Carlos P. Guzman, Meditron S.A. de C.V. recherche du matériel de laboratoire et médical devant être utilisé dans des hôpitaux et des cliniques. Apartado 01-14, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 26-5665/25-3894. Télécopieur : (503) 25-4073.

• Arturo Araujo, Gerente Regional, Apollo Connection (qui a des bureaux en Californie et en Floride) recherche des fournisseurs de fruits de mer en conserve et d'autres produits alimentaires, du lait en poudre, du papier hygiénique, des détergents emballés pour la vente au détail, ainsi que du matériel d'emballage de petits produits. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 24-4159. Télécopieur : (503) 24-4159.

• Lois Perez Mendoza, directeur adjoint des achats, Sigma S.A., recherche des fournisseurs de machines pour la fabrication d'emballages souples en plastique ou en papier, en carton doublure kraft, de papier pour la fabrication de gobelets, ainsi que de résines plastiques. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 27-1611.

Télécopieur : (503) 27-4411.

• Mario Meuendez, propriétaire, Industrias Menvel S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de duralumin pour le moulage par injection, de machines pour moulage par injection et de produits pharmaceutiques. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 22-1462. Télécopieur : (503) 21-3501.

• Carlos Imberton, Gerente General, C. Imberton S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de fruits de mer en conserve et de produits pharmaceutiques. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 28-3203/25/26. Télécopieur : (503) 28-3237.

• Jose Roberto Castaneda Vega, Gerente

Débouchés au Salvador

General, Emidin S.A. de C.V. désire représenter, de façon exclusive, des fournisseurs de matériel de laboratoire et dentaire, des appareils de radiologie portatifs, des produits de consommation cardio-vasculaires, des instruments d'inoculation et du matériel ophtalmologique. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 25-2494. Télécopieur : (503) 21-3464/21-1558.

• Dr. J. Leonel Pacheco, Gerente General, Importaciones Cientificas, recherche des fournisseurs de matériel thérapeutique pour les troubles respiratoires, de DOPLEX foetal, des stérilisateur, des stéthoscopes, du matériel de diagnostic du diabète, des injecteurs d'insuline et autre matériel de soins médicaux personnels. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 23-7270. Télécopieur : (503) 73-0125.

• Carlos Raul Majano, Goldtree Liebes S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de petits groupes électrogènes (10KV-20KV), des lampes et du matériel électrique en général. P.O. Box 195, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 71-1055/2211. Télécopieur : (503) 22-3616.

• Mauricio Diaz Soria, Liza S.A. de C.V., recherche des fournisseurs d'herbicides, d'insecticides, de fongicides (dimilin, paraguay) d'insecticides sans danger pour l'environnement et de petits pulvérisateurs. Apartado 103, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 28-2044. Télécopieur : (503) 28-1508.

• Santiago Hernandez, président, Grafica Internacional S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de différents genres de papier (bond, kraft, papier pour périodiques, pâte à papier thermosensible, carton). Apartado 2560, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 71-3528. Télécopieur : (503) 71-3202.

• Matthijs Mulders, Gerente General, Centro Quimico de El Salvador S.A. de C.V., recherche des fournisseurs de matières brutes industrielles pour les industries pharmaceutiques, alimentaires et d'aliments pour animaux. Apartado Postal 2373, Parque Industrial, San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 27-1550/27-1493/77-2267. Télécopieur : (503) 27-1647. Télex : 20699.

• Margarita Velasquez de Bustillo, Electro-Parts, recherche des fournisseurs de tous les types de matériel de laboratoire et d'hôpital. Condominion Lisboa cal, No. 1 Calle San Antonio Abad y Avenida Lisboa S.S., San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 74-4322. Télécopieur : (503) 74-2277.

• Norma de Palacios, Delicia S.A. de C.V., recherche un fournisseur de papier spécial et de papier fin pour l'emballage d'aliments et de confiserie. San Salvador, El Salvador. Tél. : (503) 71-6114/22-7722. Télécopieur : (503) 71-5558.

• Jose Arturo Quijano, Presidente, Quijanos Hnos, recherche des véhicules de fort tonnage, des autobus, des pièces de rechange et des pneus. Colonia Alcolhuatan Pol. 4, #23, Ciudad Delgado, El Salvador. Tél. : (503) 76-1297/76-3205. Télécopieur : (503) 76-3205 (soir).

Leipzig 1992 — Calendrier des foires

Du 5 au 10 mars — UNITEC-Foire spécialisée pour la technique industrielle: gestion des matériaux (produits de la métallurgie, fournitures et approvisionnement de l'industrie, composants); fabrication (outils, technique de la soudure et de la coupe, fonderie, technique de l'automatisation, technique d'entraînement, C.F.A.O./F.I.O.); installations industrielles; savoir-faire et technologies; prestations de service.

Foire spécialisée pour la technique écologique et la protection de l'environnement: assainissement des dommages écologiques du passé; protection de l'air; eau/eaux usées; décharge de déchets et recyclage; protection contre le bruit; prestations de service et information.

Foire spécialisée pour l'ingénierie de la circulation et la logistique: systèmes de transport/technique de transbordement (véhicules sur rails, chariots de manutention, équipements de transbordement pour les entrepôts, terminus et ports, containers et emballages de transport); technique de stockage (installation des stocks, réservoirs, systèmes de palettisation); prestations de service de transports (services de transports, trafic de marchandises, expédition et 'just in time').

Foire d'information de l'économie de marché «Savoir l'un de l'autre-agir ensemble»: secteur industriel (économie de l'entreprise, financement, législation économique et droit du travail, importation-exportation, marketing, étude et développement, transfert de technologie); information des citoyens (marché du travail, droit de bail, propriété du logement, sécurité sociale, formation et perfectionnement, administration de la justice).

Du 21 au 24 mars—Foire de Leipzig

pour les biens de consommation.

Du 4 au 12 avril—Auto '92: Voitures de tourisme, véhicules utilitaires de toutes sortes; véhicules à deux roues; mobile homes et caravanes; pièces de rechange et accessoires; lubrifiants et produits d'entretien; équipements de garage et d'ateliers de réparation, service automobile; prestations de service concernant l'automobile.

Du 25 avril au 3 mai—Foire de Leipzig: Maison-Jardin-Loisirs

Pour des plus amples renseignements, contacter M. Carlos Pechtel, Agent général pour le Canada, Leipzig Fair, Canada Office, 11231 avenue Jasper, Edmonton (Alberta), T5K 0L5. Tél. : (403) 482-3427. Téléx : 037-2991. Télécopieur : (403) 488-0350. Sans-frais : 1-800-661-2221.

Exposition sur la radiodiffusion en Hollande

Amsterdam — Des entreprises sont actuellement recherchées pour participer au pavillon national d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à l'International Broadcasting Exposition (exposition internationale de la radiodiffusion), qui se tiendra du 3 au 7 juillet 1992.

AECEC aura un pavillon national à cette importante manifestation internationale de la radiodiffusion qui attire des gens d'affaires de plus de 70 pays.

Les objets exposés couvrent tous les produits de la radio et de la télévision, y compris les satellites et le système multivoie de distribution multipoint (SMDM). Pour s'inscrire ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec M. Michel Samson, sous-directeur, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest, Foires et Missions commerciales (RWTF), 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5555. Télécopieur : (613) 995-6319.

Wine Japan '92 ouvre la porte au marché asiatique

Tokyo — Le 4e congrès international de vin, de spiritueux, de bière et de boissons, Wine Japan '92, se tiendra du 27 au 30 mai au Sunshine City Exhibition de Tokyo.

La participation à Wine Japan est considérée comme la façon la plus rentable de pénétrer ce secteur croissant rapidement de l'économie japonaise; elle permet aussi de percer sur les nouveaux marchés de la Corée et de Taïwan.

En outre, les exposants pourront entrer en contact avec plus de 12 000 acheteurs professionnels dont notamment des importateurs, distributeurs, grossistes, hôteliers, restaurateurs, dé-

tailants, gérants de bars et de clubs, organismes gouvernementaux, associations commerciales, traiteurs d'entreprises et de compagnies aériennes. Le nombre de places étant limité, les participants éventuels devraient s'inscrire rapidement.

Pour s'inscrire ou obtenir d'autres renseignements sur Wine Japan '92, communiquer avec le représentant canadien de l'organisateur du salon, M. Derek Complin, président, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025. Téléx : 06-968027.

Un marché en croissance

(Suite de la première page.)

(charbon, pâte à papier, aluminium) persisteront.

- Le secteur des services, y compris les services financiers, offre des possibilités de croissance.

- Les services de consultation dans des créneaux tels que l'énergie nucléaire (CANDU) ou l'environnement offrent des possibilités considérables.

- En ce qui concerne le transfert de technologie (y compris le transfert bilatéral), des débouchés existent dans un certain nombre de domaines (la Corée a proposé certaines mesures relativement à la commercialisation des technologies canadiennes).

- Les entreprises conjointes et les accords de concession de licences sont les moyens favorisés pour tirer parti des possibilités.

Sources de renseignements

Les personnes qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur les débouchés commerciaux en Corée ou des exemplaires des publications mentionnées dans ce supplément devraient communiquer directement avec le service commercial de l'ambassade du Canada à l'adresse suivante : Section commerciale, Ambassade du Canada, P.O. Box 6299, Séoul 100-662, Corée. Tél. : (011-82-2) 753-2605/8; 753-7290/3. Télécopieur : (011-82-2) 755-0686; 774-6989 (C.-B.); 753-2613 (Ont.).

On peut aussi obtenir des informations auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.

Débouchés environnementaux

Selon des renseignements fournis par l'ambassade du Canada à Séoul, il existe, en Corée, un besoin considérable de matériel et de services pour la protection et le nettoyage de l'environnement.

Dans ce pays, l'industrie de protection de l'environnement est encore à ses débuts, mais le nombre de sociétés qui fabriquent des systèmes de protection et de traitement de l'environnement est passé de 160 à 612 en une décennie.

Ces sociétés ne possèdent pas, en général, la technologie et le savoir-faire nécessaires, mais elles sont en mesure d'exercer les fonctions d'agents pour certains produits et services canadiens dans le domaine de l'environnement. Il est possible de vendre la plupart des types de matériel, de technologie ou de savoir-faire, et d'établir des entreprises conjointes en fabrication et en construction.

Les entreprises canadiennes doivent agir rapidement, mais s'armer de patience; elles doivent s'engager à long terme dans l'industrie de protection de l'environnement de la Corée — qui sera un marché en expansion pendant les 10 à 15 prochaines années.

Le moment est propice MAINTENANT pour agir de façon entrepreneuriale en vue d'accaparer une part de ce marché croissant.

Les politiques gouvernementales prévoient que l'investissement dans la protection de l'environnement quadruplera pendant la prochaine décennie, des dépenses de 11,7 milliards de dollars US étant planifiées d'ici la fin de 1996.

Un projet de construction de grands incinérateurs municipaux de déchets nécessitera 4,5 milliards de dollars US.

On a déterminé des débouchés dans un certain nombre de domaines, notamment les filtres anti-poussières et les dépoussiéreurs destinés à l'industrie, le matériel de désulfuration, le matériel de désodorisation, les instruments de mesure de la contamination atmosphérique, les systèmes de chauffage et les moteurs alimentés au gaz naturel liquéfié et au gaz de pétrole liquéfié, les

substituts de l'amiante, le matériel pour le traitement des déchets industriels, le matériel de traitement des eaux usées dans les maisons, le matériel servant à contenir et à traiter les déchets à bord des navires et le matériel de traitement des déchets organiques.

Voici d'autres domaines qui offrent des possibilités : le matériel de lavage des avions et des automobiles avec récupération de l'eau, les épurateurs d'eaux huileuses, les petites installations de traitement destinées aux fermes d'élevage, le matériel de filtrage des eaux dans les maisons, les dispositifs de mesure des polluants de l'eau, le matériel et les installations de recyclage ainsi que le matériel relatif aux pneus (10 millions de pneus par an).

On recherche aussi des conteneurs et des systèmes de récupération et de traitement du pétrole, des incinérateurs, des compacteurs d'ordures, des broyeurs industriels, des systèmes de transport de déchets dangereux, des véhicules de nettoyage de rues et des pièces connexes, de la technologie de restauration des sols, des barrières acoustiques pour autoroutes, du matériel de construction de barrières acoustiques et des instruments de mesure du bruit.

Comme la Corée vient de commencer à reconnaître les problèmes environnementaux, il est nécessaire que le gouvernement entreprenne une campagne d'éducation bien planifiée qui décrive clairement les problèmes et les solutions. Cela, en soi, est susceptible de créer des débouchés. En Corée, les ventes de produits et de services environnementaux étant surtout dues aux pressions du gouvernement et du public plutôt qu'à des facteurs immédiats décisifs, l'approche en matière de marketing de produits et services environnementaux diffère de celle dans d'autres secteurs.

L'ambassade peut fournir aux entreprises des conseils et de l'aide ainsi qu'une étude de marché récente sur laquelle on peut fonder ses activités de marketing.

Corée : débouchés sur le marché des logiciels

D'après un rapport provenant de Séoul, de nombreuses possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes qui fournissent des progiciels, de l'aide technique ou des transferts de technologie.

Les télécommunications: un secteur prioritaire.

Un marché des télécommunications de deux milliards de dollars existe en Corée.

C'est un secteur prioritaire qui offre aux exportateurs canadiens de nombreuses possibilités. Le gouvernement coréen envisage de faire d'importants investissements dans la modernisation de l'infrastructure des télécommunications et dans la recherche et le développement.

On prévoit que l'ensemble des besoins dans le domaine des télécommunications augmentera à un taux moyen annuel de 10,1 %, atteignant 3,6 milliards de dollars d'ici 1996.

Le pays compte augmenter le nombre de systèmes de commutation numérique et établir un réseau de commutation pour le service international de télécopie, établir des réseaux de commutation par paquets, des systèmes de gestion de réseaux, des réseaux de transmission de données, des services de recherche de personnes sans fil, des satellites, un service téléphonique mobile, du matériel en fibres optiques, des câbles, des antennes et du matériel destiné à des stations terminales à antenne à petite ouverture.

Seuls les exportateurs expérimentés et compétents, qui offrent un produit de bonne qualité, peuvent envisager d'exporter vers ce marché.

L'ambassade du Canada à Séoul a établi des stratégies intégrées et adaptées à ce secteur. Les entreprises canadiennes spécialisées dans ce domaine peuvent aussi se procurer une étude sur le marché des télécommunications auprès de l'ambassade du Canada à Séoul.

Les exportateurs trouveront un marché pour les produits destinés aux sociétés coréennes qui informatisent et automatisent leurs activités en vue de réduire les coûts. Ils pourront aussi exporter les produits devant être utilisés dans le système informatisé de réseaux d'information de la Corée.

Les entreprises canadiennes qui désirent augmenter leur présence en Corée et celles qui veulent percer sur le marché des logiciels peuvent se procurer maintenant l'étude intitulée *Market Study on the Software Market in Korea* (étude de marché portant sur le marché des logiciels en Corée), effectuée à la

Tourisme coréen au Canada

Les Coréens sont de grands dépendants et, d'ici 1995, le nombre de visiteurs coréens au Canada pourrait atteindre 110 000. On prévoit que leur apport monétaire au pays s'élèvera à environ 225 millions de dollars US.

Les porte-paroles de l'industrie du voyage disent que la Corée est sur le point de connaître une augmentation considérable des voyages à l'extérieur, à l'instar du Japon en 1964.

Le marché du tourisme coréen vers l'étranger — le Canada est considéré comme une destination touristique très désirable — croît rapidement. Le nombre de visiteurs coréens au Canada est passé de 35 000 en 1989 (lorsque les restrictions du gouvernement coréen sur les voyages à l'étranger ont été levées) à 50 000 en 1990 et à plus de 60 000 en 1991.

En fait, les provinces canadiennes, Tourisme Canada et l'ambassade du Canada à Séoul élaborent un certain nombre d'initiatives conjointes qui, soutenues par de solides partenaires coréens, devraient permettre au tourisme coréen au Canada de devenir l'un des secteurs de croissance les plus lucratifs.

demande de l'ambassade du Canada à Séoul.

Selon cette étude, le marché des logiciels en Corée connaîtra une croissance annuelle de 25 à 30 % au cours des cinq prochaines années. Des grands projets d'informatisation et des mesures d'encouragement offertes par le gouvernement coréen visent à accroître l'informatisation et l'automatisation dans les industries de fabrication, de distribution et des finances.

L'étude décrit les lois coréennes relatives à la protection des logiciels et des droits d'auteur ainsi que les barrières susceptibles d'entraver l'exportation vers ce marché.

Elle énumère aussi les principaux intervenants coréens dans l'industrie des logiciels, fournit des renseignements sur les canaux et les organismes de distribution et indique les avantages et les inconvénients de la collaboration avec les conglomerats géants (par rapport à la collaboration avec les petites et moyennes entreprises) en Corée.

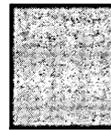
Pour pénétrer le marché coréen, les exportateurs de logiciels pourraient participer au *Sixth International Computer Software Exhibition* (6^e exposition internationale de logiciels), qui se tiendra à Séoul en juin 1992.

Pour de plus amples renseignements sur le marché des logiciels en Corée et sur l'exposition — ou pour obtenir un exemplaire de l'étude —, s'adresser à Ron Kellison, Direction des technologies de pointe (TAE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Tél. : (613) 996-1907. Télécopieur : (613) 996-9265; ou communiquer directement avec H. Jacob Kunzer, ambassade du Canada, P.O. Box 6299, Séoul 100-662, Corée. Tél. : (011-82-2) 753-2605. Télécopieur : (011-82-2) 755-0686.

Pour d'autres informations sur les débouchés commerciaux en Corée, contacter Cam Miller, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), AECEC. Tél. : (613) 943-0897. Télécopieur : (613) 996-4309.



Le marché coréen de l'aérospatiale et de la défense est en expansion



Malgré le mouvement continu vers l'unification des Corées du Nord et du Sud, on prévoit que les préoccupations en matière de sécurité nationale se poursuivront, créant des possibilités pour les exportateurs canadiens de produits et services dans les domaines de la défense et de l'aérospatiale.

La réorganisation de la défense entraînera l'achat de matériel de commandement de contrôle et de communications ainsi que l'augmentation de la capacité de la marine et de l'armée de

l'air. On s'attend aussi à ce que la réduction de la présence militaire des États-Unis crée de nouveaux besoins car les forces coréennes assumeront des responsabilités accrues.

Le programme de modernisation de la marine crée la possibilité de l'intégration des systèmes canadiens au programme d'achat de contre-torpilleurs par la République de Corée (valeur : 450 millions de dollars).

L'armée coréenne achètera un système de raccordement d'abonnés mobi-

les. (La Compagnie Marconi Canada (CMC) est bien placée pour remporter ce contrat puisqu'elle a fourni du matériel semblable à l'armée américaine.) Les Coréens connaissent bien la CMC car ils utilisent une radio conçue et fabriquée par cette société.

Spar Aerospace a vendu des systèmes de vision nocturne Tigereye à l'armée coréenne. Il pourrait y avoir d'autres besoins, tel le matériel de pointage destiné à des armes antichar.

En ce qui concerne les achats de l'armée de l'air, l'avion F-16 a été choisi dans le cadre du programme d'acquisition de 120 avions de chasse, le Korean Fighter Program. De nombreuses entreprises canadiennes fabriquent des composantes et devraient avoir des possibilités dans le cadre du programme de ventes de matériel militaire à l'étranger. En outre, il faudrait réaliser des ventes directes canadiennes d'entretien, d'essai et de soutien sur le terrain (bien qu'il sera difficile de surmonter les lignes directrices des États-Unis en matière d'achats). Le programme de rhodernisation du F5 peut aussi offrir des débouchés aux entreprises canadiennes.

Une bonne possibilité s'offre à Canadair et à son avion, le Challenger, car l'on prévoit des achats de cet avion d'affaires par le gouvernement et des entreprises privées.

La garde côtière, la recherche et le sauvetage, ainsi que la lutte contre les incendies deviennent de plus en plus importants pour le gouvernement, et Bombardier continue à exploiter des débouchés pour son CL-215T. Les ventes du Dash 8 pourraient augmenter en raison de la création probable de transporteurs d'appoint après une déréglementation accrue.

La construction d'un aéroport à Séoul et la modernisation des aéroports locaux augmenteront les ventes de matériel au sol, de matériel de navigation et d'équipement radio.

Richesses naturelles en demande

Les ressources naturelles sont les exportations principales du Canada à la Corée. Bien que ces ressources diminuent comme pourcentage de l'ensemble du commerce, elles représentent encore 68 % et fournissent un grand nombre de débouchés aux entreprises canadiennes.

En 1991, les exportations de ressources canadiennes ont atteint 1,4 milliard de dollars, c.-à-d. 21 % de plus que l'année précédente. Les ressources exportées principalement ont été les produits en acier (une augmentation de 99 %) et la pâte à papier (une augmentation de 15 %). Les exportations de produits pétroliers ont diminué de 5 %.

Le charbon est demeuré l'exportation canadienne la plus importante, environ 380 millions de dollars par an. Pendant le neuf premiers mois de 1991, le Canada a exporté environ cinq millions de tonnes de charbon, accaparant 22 % de l'ensemble de ce marché du charbon dans ce pays. Pour le Canada, la Corée occupe la deuxième place comme marché extérieur de charbon, et c'est un marché croissant en ce qui a trait au charbon métallurgique et thermique. Les exportations d'autres produits canadiens axés sur les ressources comprennent la potasse, le soufre, le mine-

rai de fer, le cuivre, le minerai de zinc, les concentrés d'uranium, les lingots d'aluminium, l'oxyde de nickel et la mitraille non ferreuse.

En 1990, les importations d'énergie de la Corée se sont élevées à 13,1 milliard de dollars, à savoir 45 % de plus qu'en 1989. On prévoit que la demande d'énergie de ce pays augmentera de 6,8 % par an entre 1992 et 1996.

En 1991, les importations de pétrole brut ont atteint près de 418 millions de barils, le Canada accaparant environ 3 % du marché. Cette année, le Canada a exporté du pétrole lourd et de l'essence d'une valeur dépassant 110 millions de dollars.

Le Canada fournit à la Corée le tiers de ses importations d'uranium. Ces exportations atteignent 450 tonnes, d'une valeur de 50 millions de dollars.

L'industrialisation de la Corée et sa demande de ressources, de matériaux transformés et d'énergie assureront un marché vigoureux continu aux fournisseurs canadiens. Comme les tarifs diminuent sur les produits axés sur les produits à valeur ajoutée et que le marché coréen devient accessible aux fournisseurs étrangers, les entreprises canadiennes tentent de maximiser l'exportation de produits finis.

Fruits de mer : un marché exigeant

Les Coréens deviennent plus riches, ils préfèrent une gamme plus vaste de fruits de mer et recherchent avant tout la qualité.

La pression exercée de l'étranger a réussi à ouvrir le marché intérieur aux exportations. Bien que les importations par volume aient diminué en 1990, la valeur en dollars a augmenté. Cela laisse supposer une augmentation de la demande de fruits de mer de haute qualité.

On s'attend à ce que la consommation de fruits de mer par personne atteigne 47 kg d'ici l'an 2000, par rapport à 33,6 kg en 1988.

En 1990, le Canada a exporté, à la Corée, des fruits de mer pour valeur de 10,6 millions de dollars US (3,18 % du total). La comparaison avec les principaux concurrents du Canada dans la catégorie des fruits de mer de haute qualité montre que le Japon a exporté pour 30,5 millions de dollars US (9,19 %) et les États-Unis pour 86,8 millions de dollars (26,11 %).

Bien que la concurrence varie selon les espèces, les États-Unis exportent du poisson congelé dans le cadre d'entreprises conjointes avec des sociétés locales. Mais ils ne possèdent pas un avantage évident par rapport au Canada sur le plan de la concurrence. Par contre, le Japon a des avantages culturels et géographiques. La Norvège a la réputation de livrer des aliments transformés et emballés de bonne qualité.

Les prix des fruits de mer continuent d'augmenter considérablement et dépassent de loin la hausse de l'indice des prix à la consommation. A la fin d'août 1991, les prix à la consommation des espèces principales montraient que les prix du poisson-sabre ont augmenté de 58 % par rapport à ceux de 1990, et les prix de la morue du Pacifique occidental et du maquereau blanc ont augmenté respectivement de 41,7 % et de 27,7 %.

Un système de distribution peu efficace et un grand nombre d'intermédiaires ont aussi contribué à la hausse des prix.

Afin de remédier à la pression de la hausse des prix et d'assurer une stabilité sur le marché pour les consommateurs et les pêcheurs, le gouvernement a établi une politique provisoire de

stabilisation des prix. Celle-ci autorise l'importation — par appels d'offres ouverts ou contrats libres — de fruits de mer grandement recherchés ou dont la qualité n'est pas disponible localement.

Excellents débouchés sur le marché agro-alimentaire

En Corée, le marché des produits alimentaires est évalué à 12 milliards de dollars US; le taux de croissance annuel a été entre 12 et 13 % pendant les trois dernières années.

Des entreprises canadiennes ont récemment obtenu des succès importants en matière de marketing, en particulier en ce qui concerne les homards vivants, le malt, le saumon, les crustacés, les dindes et la confiserie.

L'ambassade a déterminé que les produits suivants offrent des débouchés excellents : taureaux de race laitière, poulets, dindes, porcs et bovins de reproduction, luzerne, graines de l'altitude des Canaries, boeuf, porc, saucisses, confiserie et aliments pour bébés.

En 1990, le pays a importé des aliments transformés d'une valeur totale de 768 millions de dollars, y compris de la confiserie pour environ 424 millions de dollars, des boissons pour 74 millions de dollars, des légumes et des fruits transformés pour 125 millions de dollars, du cacao et de la pâtisserie pour 51 millions de dollars, et divers produits alimentaires pour 57 millions de dollars. Jusqu'à récemment, il y avait deux segments distincts de consommateurs. Le groupe qui croît le plus rapidement est le marché de la classe moyenne, qui achète différents produits.

Un autre marché petit, mais important, c'est celui des hôtels touristiques qui importent des produits alimentaires transformés d'une valeur approximative de 15 millions de dollars US par an par l'intermédiaire de la société Korea Tourist Hotel Supply Center Inc.

Le goût et les préférences de ces groupes de marchés commencent à afficher des indices de fusion — surtout parce que les Coréens commencent à voyager et à apprécier les aliments étrangers.

La demande croissante de la part de consommateurs de plus en plus riches a entraîné une augmentation de la demande de produits agricoles de grande valeur.

En 1989-1990, les produits dont l'importation a au moins quadruplé ont été notamment le boeuf congelé, le malt d'orge, la confiserie au sucre, les biscuits, les confitures, les saucisses, les craquelins et les frites congelées. La valeur à l'importation de la confiserie au chocolat et du whisky a triplé en 1990.

La plupart des points de vente ne participent pas directement à l'importation, mais ils importent par l'intermédiaire d'agents autorisés. Il est important pour les exportateurs de déterminer les importateurs qui connaissent leurs produits et sont spécialisés dans ces derniers. De tels importateurs devraient être nommés comme agents exclusifs afin d'éviter la concurrence entre les entreprises coréennes sur de petits créneaux de marché.

Le gouvernement canadien continuera à exercer des pressions sur le gouvernement coréen pour qu'il réduise les barrières dans des secteurs qui pourraient offrir des possibilités tels que le poisson, le miel, l'eau minérale, les produits distillés, l'orge fourragère, l'huile de colza canola et le blé.

Conseils

(Suite de la première page.)

ou des experts-conseils, effectuer des vérifications de solvabilité, vous informer des barrières à l'importation, vous proposer des approches de marché et vous informer des prochaines foires et missions commerciales.

Enfin, des visites régulières — suivies de messages envoyés par télécopieur ou d'appels téléphoniques — sont nécessaires pour maintenir les liens personnels importants qui soutiennent toutes les relations couronnées de succès en Corée.

Les affaires se font sur une base personnelle entre fournisseurs et clients qui se connaissent.

Alors que vous vous préparez à votre première rencontre avec vos partenaires commerciaux coréens, tenez compte des conseils suivants dans le cadre de vos activités quotidiennes :

- Essayez d'être toujours présenté de manière formelle par l'ambassade ou un agent local.
- Ayez toujours sur vous des cartes de visite qui indiquent avec précision votre poste dans l'entreprise.
- Ne présumez jamais que tout ce que vous dites en anglais est compris — effectuez le suivi de la rencontre avec un compte rendu écrit des discussions et des engagements.
- N'oubliez pas que les Coréens considèrent les relations humaines comme essentielles — les affaires se font entre amis.
- Attendez-vous à être diverti et à divertir en retour. Ne soyez pas surpris si tout est revenu à la normale le lendemain.
- N'oubliez pas que le rang est extrêmement important. Déterminez les titres et les postes appropriés dans l'organisation de votre client coréen.

La SEE peut vous aider à exporter en Corée

La Société pour l'expansion des exportations (SEE), l'organisme officiel de crédit à l'exportation du Canada, considère la Corée comme un marché commercial cible.

La SEE possède de l'expérience sur le marché coréen depuis le milieu des années 70; elle a financé des transactions de plus de 500 millions de dollars dans les domaines de l'énergie nucléaire, des communications et de l'aérospatiale.

En 1990, le commerce entre la Corée et le Canada s'est élevé à 3,8 milliards de dollars et l'on s'attend à ce que, d'ici la fin de 1991, il dépasse 4 milliards de dollars.

Traditionnellement, le Canada a exporté des produits non finis et semi-finis tels le charbon, la pâte à papier, l'acier et des minerais. Toutefois, avec la croissance prévue des relations commerciales, les exportateurs de produits finis dans les domaines de la défense, de l'aérospatiale, de la biotechnologie, du transport et des télécommunications pourraient aussi développer des marchés. Au milieu des années 90, la SEE a reconnu la situation économique meilleure de la Corée et sa solvabilité et a pris des mesures en vue de s'assurer que le financement demeure très compétitif.

Au cours des dernières années, la Corée n'a pas emprunté de fonds à l'étranger pour financer son développement; cependant, il semble qu'en raison de la croissance et de la demande d'importations qui se poursuivent, on aura recours à un financement accru de l'étranger.

Avec la libéralisation du secteur financier, qui doit commencer cette année, le financement est devenu un élément de plus en plus important sur ce marché sophistiqué.

Les exportateurs canadiens pourraient trouver avantageux de rechercher le soutien et l'aide de la SEE dans le cadre de leurs entreprises d'exportation. Voici

certaines des avantages que l'on tirerait du recours à la SEE lorsqu'on envisage d'exporter vers le marché coréen :

- le financement à moyen et à long termes et les programmes de garantie à long terme de la SEE offrent une solution de rechange au financement à court terme;
- la SEE peut fournir un financement personnalisé à des taux commerciaux et à des conditions qui reflètent les besoins des clients et la situation sur le marché;
- le financement peut être considéré sur une base fixe ou flottante en dollars US ou en toute autre devise principale;
- les produits de la SEE ont une structure d'amortissement souple qui tient compte de la durée de vie de l'avoire et des flux de la trésorerie des projets;
- les clients peuvent profiter de l'expérience de la SEE en matière de financement sur des marchés commerciaux aux États-Unis et en Europe; et
- la SEE peut collaborer avec d'autres établissements dans le cadre de projets d'immobilisations afin d'élaborer un mode de financement rentable.

La SEE peut envisager le financement au moyen de garanties, de prêts directs et de crédits-fournisseurs accordés aux acheteurs du secteur privé et du gouvernement. La transaction doit comporter l'achat de produits et services ayant un contenu canadien minimal de 60 %.

La SEE continue à adapter son financement et son assurance aux faits nouveaux et aux besoins en constante évolution du marché. Cette capacité d'adaptation est fondée sur la fourniture de services souples, adaptés et fiables aux exportateurs canadiens et à leurs clients étrangers.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la façon dont la SEE peut vous aider dans le cadre de vos entreprises d'exportation, veuillez communiquer avec le bureau de la SEE le plus proche.

Le Brésil cherche des fournisseurs de qualité pour les secteurs du pétrole et du gaz

Il existe de nombreux débouchés pour les fournisseurs canadiens de Petrobas, le conglomérat pétrolier et gazier du Brésil.

Toutefois, bien que Petrobas soit disposé à s'approvisionner de l'étranger, le Canada n'est pas un intervenant important sur ce marché.

La raison principale étant qu'aucun représentant d'entreprises canadiennes ne visite le Brésil afin de rencontrer des ingénieurs et des techniciens de Petrobas pour les informer des produits et des services que le Canada peut offrir.

Petrobas a besoin de technologies de pointe à des prix compétitifs et a de plus en plus recours à des sources d'approvisionnement extérieures.

Les bureaux de Petrobas possèdent un réseau d'approvisionnement informatisé qui leur permet de dresser une liste de fournisseurs préliminairement admissibles (à l'étranger et au pays) et de communiquer avec eux directement au moment des appels d'offres.

Pour être inscrit au réseau, les sociétés doivent terminer les procédures d'inscription et être approuvées. Une partie du procédé d'inscription comprend la fourniture d'informations détaillées sur les programmes d'assurance de la qualité et les normes. Par la suite, tout achat de matériel et de matériaux est effectué au moyen de la banque de données.

Les entreprises qui voudraient obtenir de plus amples renseignements sur cette banque de données devraient communiquer avec Marco Antonio de Farias, Manager, Technical Qualifications, Materials and Purchasing (Sermat), Petrobas, Av. Chile 65, Sala 613, Rio de Janeiro, RJ, Cep 20035, Brazil. Télécopieur : (55-21) 262-0145.

Un autre pas a été l'établissement, par Petrobas, d'un nouveau bureau affilié à Houston (Texas), chargé de l'approvisionnement en Amérique du Nord.

Bien que le siège social de Petrobas prenne les décisions définitives en ce

qui concerne tous les achats, les exportateurs canadiens devraient aussi informer le bureau de Houston de leurs intérêts.

Veillez contacter Wagner Friere,

General Manager, Petrobas America Inc., 10777 Westheimer Road, Suite 626, Houston, Texas 77042, U.S.A. Télécopieur : 781-9790.

Le marché des pièces d'autos au Brésil

Le marché brésilien de l'importation d'automobiles et de pièces, longtemps fermé ou lourdement frappé de droits par le gouvernement, a été récemment rouvert à la concurrence internationale.

Le président Fernando Collor a en effet annoncé en mars 1990 un programme de redressement économique dont deux des objectifs sont la modernisation de l'économie et une réouverture aux marchés internationaux par une réduction des barrières tarifaires, une stabilisation du taux de change et l'élimination des subventions et abris fiscaux aux entreprises locales.

Ces changements ont toutefois provoqué une récession dans le pays et ont freiné la croissance des importations.

Malgré cela, le moment est propice pour les manufacturiers canadiens de pièces d'autos de se faire valoir sur le marché brésilien. Les constructeurs automobiles du pays ont commencé à dresser une liste de fournisseurs de pièces pour obtenir un produit de meilleure qualité à meilleur prix. Les constructeurs sont la porte d'entrée pour tout débouché sur le marché des pièces au Brésil.

Les compagnies qui y sont établies actuellement sont: Volkswagen, Mercedes Benz, Volvo, Saab-Scania, Fiat, General Motors, Ford, Caterpillar, Valmet, Toyota et Case. Trois compagnies brésiliennes construisent aussi des voitures, des jeeps, des tracteurs et de la machinerie agricole. Ce sont Gurgel, Engesa, Agrale et Maxion.

Le Brésil fabrique en moyenne annuellement 1 030 000 voitures et 42 000 tracteurs dont le tiers est vendu dans le

pays et le reste exporté. On estime qu'il y a 13 800 000 voitures en circulation au Brésil, soit 3,9 véhicules par 1000 habitants. En 1980, ce taux était de 6,9 par 1000.

Il existe un créneau intéressant pour l'exportation de pièces au Brésil car selon les études, les pièces brésiliennes sont très chères et pas toujours de bonne qualité, dû aux taxes, au taux élevé d'inflation et à une machinerie souvent desuète. Le Brésil compte 1500 manufacturiers de pièces d'autos mais 550 fournissent à eux seuls 90% de la production.

Les exportateurs canadiens peuvent aussi penser à s'associer à des entreprises brésiliennes ou à étudier les possibilités de transferts de technologie via l'Institut brésilien de la propriété intellectuelle.

Par ailleurs, le gouvernement brésilien, reconnaissant que la pollution par les émanations de monoxyde de carbone avait atteint un niveau critique, obligera tous les constructeurs à munir leurs véhicules de système antipollution d'ici à 1993.

Pour obtenir plus d'information sur les débouchés sur le marché des pièces d'autos au Brésil, communiquez avec le Consulat général du Canada, Division commerciale, Edifício Top Centre, Avenida Paulista 584, 5 Andar, 01210 Sao Paulo SP, Brésil. Tél.: 287 2122. Télex: 23230. Télécopieur: 011-(55) 5251-5057.

L'étude sur le marché des pièces d'autos au Brésil (#98 LA) peut être obtenue auprès d'Info-Export. (voir l'encadré p.12)

Exploration et exploitation du pétrole en Équateur

Le secteur pétrolier de l'Équateur offre plusieurs possibilités de débouchés aux exportateurs canadiens. Petroecuador, le holding gouvernemental qui chapeaute tout le secteur, importe annuellement pour environ 60 millions \$US de produits et services.

Petroecuador bénéficie des investissements de la Corporacion Andina de Fomento (la commission de développement des Andes qui regroupe la Bolivie, la Colombie, l'Équateur, le Pérou et le Venezuela).

Les exportateurs canadiens peuvent profiter d'une marge de crédit de 10 millions \$ que le Canada a consenti à la CAF par l'entremise de la Société pour l'expansion des exportations. Des fonds sont donc disponibles pour financer l'exportation de produits ou services destinés à des projets dans lesquels la CAF est impliquée en Équateur.

La production pétrolière de l'Équateur est devenue vitale pour l'économie de ce pays d'Amérique du Sud. En 1988, 70% de ses exportations et 60% de ses revenus en étaient tributaires.

Le gouvernement équatorien concentre donc ses efforts sur des politiques visant à favoriser l'exploration et le développement des infrastructures qui y sont reliées.

Les réserves actuelles de pétrole de l'Équateur sont évaluées entre 1,2 et 1,5 milliard de barils mais des découvertes récentes inexploitées pourraient y ajouter 250 millions de barils.

L'agence équatorienne des hydrocarbures prévoit une diminution de la production de 314 000 barils par jour à 200 000 b/j d'ici à l'an 2000 et que si la consommation domestique se maintient, le pays ne pourra plus exporter. L'agence prévoit que l'industrie aura besoin d'investissements d'environ 720 millions \$US, soit 60 millions \$US par année seulement pour maintenir sa production actuelle.

La Banque mondiale est plus optimiste. Elle prédit que l'Équateur pourra continuer à exporter du pétrole après l'an 2000 parce que la consommation

domestique diminuera à cause de la hausse des prix. La BM croit toutefois que pour accroître les réserves actuelles le pays devra investir 140 millions \$US par année d'ici l'an 2000.

Les budgets annuels de Petroecuador, prévoit-on, passeront de 743 millions \$US en 1990 à 1,9 milliard en 1993. Soixante-deux pour cent de ses dépenses d'investissements sont consacrées à l'exploration.

Les trois filiales de Petroecuador peuvent s'engager financièrement pour des sommes inférieures à 500 000 \$US sans avoir à se soumettre au processus gouvernemental de soumission.

À court terme, Petroecuador compte axer ses priorités sur l'extraction du brut, l'amélioration de la productivité de ses raffineries et la formation de son personnel, la construction de trois pipelines et l'amélioration des moyens de

protection de l'environnement.

Elle poursuivra aussi son programme d'exploration et d'exploitation en collaboration avec des compagnies étrangères. Une demi-douzaine de ces ententes sont échues ou le seront en 1992 et nul doute que Petroecuador lancera de nouveaux appels d'offres sur le marché international.

Pour obtenir plus d'informations sur les débouchés commerciaux reliés au secteur pétrolier en Équateur on peut communiquer avec: Le consulat du Canada, Av. 6 de Diciembre 2816, Of. 4N, Caja Postal 6512 CCI, Quito, Équateur. Tél: (011-593-2) 525-044; 543-214. Télécopieur : (011-593-2) 564-795

Pour obtenir l'étude de marché sur le pétrole en Équateur (#110 LA), contacter Info Export (voir l'encadrer page 12).

L'Argentine lève l'interdiction d'importer du porc

L'interdiction d'importer des produits du porc canadien, congelés et réfrigérés, a été levée par l'Argentine. Cette mesure permet aux entreprises canadiennes de recommencer à importer ce produit.

Au cours des 11 premiers mois de 1991, l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Colombie, la Guyane, le Suriname et le Venezuela ont importé du Canada 2 467 665 kilogrammes de produits du porc.

Les sociétés qui désirent obtenir de plus amples renseignements sur l'exportation de ce produit en Amérique du Sud devraient contacter directement les délégués commerciaux canadiens dans les marchés cibles ou, pour obtenir des informations générales, la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5546. Télécopieur : (613) 943-8806.

La SEE appuie les exportations à la Hongrie

Les exportateurs canadiens peuvent vendre plus facilement leurs produits et services à des acheteurs hongrois en leur offrant un financement de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) pouvant aller jusqu'à 85 % du prix contractuel.

La SEE a en effet renouvelé une ligne de crédit de 15 millions de dollars avec la Magyar Nemzeti Bank (MNB),

à Budapest.

Cette ligne de crédit permet aux exportateurs canadiens d'être payé directement par la SEE qui recouvre le prêt auprès de l'emprunteur.

Pour obtenir plus de détails, communiquez avec les bureaux régionaux de la Société à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

AU CALENDRIER

Ottawa — 12 février; Montréal — 13 février; Halifax — 14 février; Toronto — 17 février; Winnipeg — 20 février; Vancouver — 21 février - Les nouveaux changements au système de contrôle des exportations et la demande croissante pour les produits de haute technologie lors des séminaires d'Europe de l'est. Pour plus d'informations, communiquez avec George Rogerson, l'Association des Exportateurs Canadiens

Ottawa - 17 et 18 février - Annual Technical Conference and Canadian Shipbuilding and Offshore Exhibition - CSOE'92. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec M^{me} Joy MacPherson. Tél.: (613) 232-7127.

Kingston — 19 février; Ottawa — 26 février; Peterborough-3 mars; Oakville — 17 mars; Toronto — 18 mars-International Trade Shows Made Profitable. Pour plus d'informations, communiquez avec Barry Siskind, International Training and Management Company, Toronto. Tél. et télécopieur: (416) 483-3836.

Toronto — 25 février- Conférence: Doing Business in the Czech and Slovak Federal Republic. Les participants auront un aperçu des opportunités commerciales en Tchécoslovaquie, ainsi que de l'environnement législatif, les règlements, le rapatriement des profits et la disponibilité et la compétence de la main d'oeuvre. Des membres importants du commerce international et du milieu bancaire, des représentants du gouvernement et des membres de certaines professions libérales seront pré-

sents. Un atelier spécial sera animé par des gens d'affaires canadiens travaillant présentement dans ce milieu. Les frais sont de \$ 155.00 pour les membres de la Chambre de Commerce Canada-Tchécoslovaquie et \$ 195.00 pour les non membres. Pour de amples informations, Peter J. Gonda, Chambre de Commerce, Toronto. Tél.: (416) 367-3432. Télécopieur: (416)367-3492.

Ville de Québec — du 11 au 13 mars — Le deuxième colloque internationale sur le thème "Le monde de l'entreprise informelle : intervention ou laissez-faire" s'adresse aux professionnels dans

Publications

L'étude, *Market Study of the Energy Sector in Chile (#114LA)* (étude de marché sur le secteur de l'énergie au Chili), effectuée à la demande de l'ambassade du Canada à Santiago, indique, entre autres, que le développement des ressources hydro-électriques connaît une expansion certaine au Chili. Selon cette étude, sept projets de plusieurs millions de dollars sont prévus pour les quelques prochaines années. En outre, le savoir-faire canadien en ce qui concerne l'ingénierie et le matériel des grands projets hydrauliques pourrait créer des débouchés commerciaux au Chili. Pour ce qui est du transfert de la technologie solaire et nucléaire, ces projets offriraient aussi des possibilités, mais seulement aux investisseurs à long terme. On peut se procurer des exemplaires de l'étude auprès d'InfoExport. Voir l'encadré ci-dessous.

le domaine, aux représentants d'organismes de coopération ainsi qu'aux leaders et agents de changements. Communiquer avec Mme Marthe Lefebvre, Pavillon des sciences de l'administration, Université Laval, Québec G1K 7P4. Tél. : (418) 656-2490. Télécopieur : (418) 656-2624.

Ottawa — 28 et 29 avril — Le Salon des affaires d'Ottawa de 1992 est une manifestation réservée aux professionnels. Il vise à favoriser le développement et la nouvelle croissance des entreprises canadiennes. On prévoit la participation de 15 000 personnes d'affaires et l'on s'attend à ce qu'il y ait 550 stands exposant du matériel et des systèmes de bureau, des ordinateurs ainsi que des services commerciaux et professionnels destinés aux entreprises, au gouvernement et à l'industrie. Communiquer avec M. Dan Hamilton, directeur du marketing, Connelly Exhibitions Inc., 2487, avenue Kaladar, bureau 214, Ottawa K1V 8B9. Tél. : (613) 731-9850. Télécopieur : (613) 731-4053.

Ottawa — 29 avril - 1^{er} mai — Proactive Strategies for Achieving Marketing Excellence in the 1990s (stratégies proactives pour atteindre l'excellence en marketing dans les années 90) est le thème d'un atelier colloque de trois jours. Celui-ci est adapté aux besoins du secteur public et des sociétés d'Etat. Communiquer avec le directeur de programme, Institut de commercialisation internationale, C.P. 7305, Ottawa K1L 8E4. Tél. : (613) 831-1052. Télécopieur : (613) 831-8452.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

FEB 10 1992

RETOURNER A LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

CANADEXPORT

Vol. 10 N°3

17 février 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Le PDME est réactivé avec de nouveaux crédits

Deux sections importantes du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) ont été réactivées suite à l'injection d'une somme supplémentaire de 1,5 million de dollars.

Les demandes visant des visites de prospection de marchés et la participation à des foires commerciales à l'étranger peuvent à nouveau être présentées aux Centres de commerce international situés dans chaque province.

Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, monsieur Michael Wilson a sollicité un examen plus approfondi du programme pour déterminer si des crédits additionnels peuvent être trouvés pour réactiver d'autres sections importantes du PDME.

Le programme avait dû être interrompu temporairement à la suite de l'engagement de tous les crédits disponibles, dès novembre 1991, pour l'année fiscale en cours.

Le PDME a connu un accroissement sans précédent du nombre des demandes d'assistance financière au cours des deux dernières années.

Le Programme de développement des marchés d'exportation est le principal mécanisme dont se sert le gouvernement fédéral pour promouvoir les exportations. Son budget est actuellement de 18,3 millions de dollars. Le PDME appuie la participation à des foires commerciales, l'accueil et l'envoi de missions commerciales et d'autres activités de nature commerciale.

Les quelque 3 700 projets approuvés l'an dernier ont généré 1,3 milliard de dollars en ventes additionnelles.

L'OTAN demeure un important consommateur de biens et services

Chaque année, l'OTAN achète des produits et services relatifs à la technologie de pointe pour des centaines de millions de dollars.

L'OTAN et ses organismes achètent pratiquement tous les genres d'articles et de systèmes: des trombones à la mise

à soutenir les projets qui améliorent la disponibilité opérationnelle et la capacité d'intervention.

Au cours de l'année financière 1991-1992, le Canada fera une contribution d'environ 100 millions \$ à ce compte seulement. Cela représente près de 6,4 % de l'ensemble du budget général de 1,6 milliard \$. Par exemple, la contribution du Canada au budget militaire est de 44,8 millions \$ tandis que celle au programme de détection aéroporté est de 19 millions \$ et celle au budget civil de 8,7 millions \$.

Bien que seule une partie de ces fonds soit utilisée pour des acquisitions majeures, ces montants donnent une bonne idée de l'ampleur des achats effectués par l'OTAN.

L'industrie canadienne ne profite pas entièrement des contributions accordées par le Canada. Par conséquent, les organismes de l'OTAN sont disposés à recevoir des offres intéressantes et compétitives de fournisseurs canadiens.

Pour tirer parti des possibilités existantes, les sociétés intéressées devraient tenir compte de ce qui suit :

- Communiquer avec certains organismes de l'OTAN en vue de les mettre au courant des capacités de l'entreprise.
- Les demandes de propositions doivent être envoyées à la délégation canadienne à l'OTAN et aux ambassades du Canada dans les pays où a lieu l'achat, puis elles seront acheminées aux sociétés.

(Voir page 2 : L'OTAN.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Expositions et séminaires à Auckland et Vancouver	4-6
Débouchés en Syrie	6-7
Calendrier	8

en service et à l'entretien des navires scientifiques en passant par les communications par satellites et les études d'examen de la gestion.

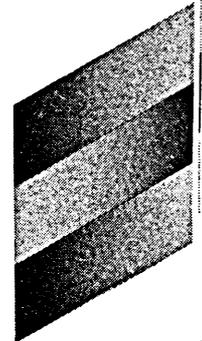
Voici des exemples :

- L'agence des systèmes d'information et de télécommunication (NACISA) s'intéresse particulièrement aux télécommunications et aux domaines connexes.
- L'agence d'approvisionnement et d'entretien (NAMSA) achète une gamme de produits afin de soutenir le matériel d'entretien, tel que le matériel de révision des avions et le transport du matériel excédentaire aux alliés dans le sud de l'Europe.
- L'agence de commandement et de contrôle aériens (NACMA) est en train d'établir un système de contrôle aérien, qui comprend des radars, des systèmes de communications ETC et d'autres systèmes qui offrent des débouchés aux exportateurs canadiens.

La plupart des achats sont financés par le programme d'infrastructure commune. Dans le cadre de celui-ci, les pays fournissent le financement servant

Tournée de délégués commerciaux axée sur la haute technologie

voir Calendrier page 8



Canada

L'OTAN achète pour des millions chaque année

(Suite de la première page.)

• Les entreprises canadiennes intéressées peuvent se procurer un prospectus sur la façon de faire des affaires avec l'OTAN.

• De nombreuses sociétés canadiennes considèrent qu'il est utile de s'associer à des entrepreneurs principaux dans le cadre de grands projets d'établissement de systèmes, en se fondant sur le fait que les entreprises canadiennes ont tendance à se spécialiser dans des domaines bien particuliers.

Il faut prendre note que l'OTAN fonctionne encore dans un contexte classifié. Toute firme désirant faire des affaires avec cette organisation devrait communiquer avec la Direction de la sécurité industrielle d'Approvisionnement et Services Canada au (819) 956-3696 ou (819) 996-3691 afin d'obtenir des autorisations de sécurité.

Pour de plus amples renseignements sur les achats de l'OTAN, contacter (à Ottawa) M. John Neri, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, tél. : (613) 996-3518; ou (à Bruxelles) : M. David Collins, conseiller, Délégation du Canada au Conseil de l'Atlantique Nord, B1110 Bruxelles, Belgique. Tél. : (32) (2) 216-0346. Télécopieur : (32) (2) 245-2462.

Études de marché sur les États-Unis disponibles auprès d'Info Export

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada possède encore des exemplaires des études de marchés, préparées en 1988, dont la liste suit. Pour en obtenir des copies, contacter Info Export par télécopieur au (613) 996-9709 en précisant le numéro des publications commandées.

- | | |
|--|---|
| 21UB — Pièces de machines agricoles | 40UB — Chaussures |
| 24UB — Pièces d'aéronef | 41UB — Meubles |
| 25UB — Arts et métiers d'art | 42UB — Génératrices |
| 26UB — Fournitures de bureau | 43UB — Outils |
| 27UB — Produits de boulangerie | 44UB — Quincaillerie |
| 28UB — Piles batteries et accumulateurs | 45UB — Articles ménagers |
| 29UB — Produits de beauté | 46UB — Bijouterie |
| 30UB — Machines de bureau | 47UB — Matériel de manutention des matériaux |
| 31UB — Spécialités chimiques diverses | 48UB — Matériel de mesure et de contrôle |
| 33UB — Colorants, teintures, peintures et vernis | 49UB — Appareils médicaux |
| 34UB — Compresseurs, ventilateurs et souffleurs | 50UB — Vêtements pour hommes |
| 35UB — Médicaments et produits pharmaceutiques | 51UB — Machines pour le profilage du métal |
| 36UB — Matériel électrique | 53UB — Machines diverses |
| 37UB — Produits de la pêche - Volume 1 | 54UB — Instruments de musique |
| 38UB — Produits de la pêche - Volume 2 | 55UB — Machines à emballer |
| 39UB — Préparations alimentaires | 56UB — Machines à papier |
| | 57UB — Pellicules, brandes et feuilles de plastique |
| | 58UB — Produits en matière plastique |
| | 59UB — Imprimés, y compris les livres |
| | 60UB — Porc transformé |
| | 61UB — Produits en caoutchouc |
| | 62UB — Connexions, robinets et soupapes |
| | 63UB — Matériel de télécommunication |
| | 64UB — Jeux et jouets |
| | 66UB — Vêtements pour femmes |

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamors
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CanadExport invite ses lecteurs à vérifier la bonne foi des entreprises mentionnées avant de s'engager avec elles.

CAMEROUN - Une entreprise importante du poisson congelé désire diversifier ses activités en créant un **centre de représentation commerciale des chambres froides et dérivés**. Communiquer avec Pantaléon Ngadena, Ets P. Ngadena, Siège Social Nlongkak, Carrefour Centre Jamot, B. P. 5201 Yaoundé, Cameroun. Tél.: (011-237) 20-60-78. Téléx: 1140 KN.

GRANDE-BRETAGNE — Une société bien établie désire prendre contact avec des entreprises canadiennes qui fabriquent des **produits techniques destinés au secteur du pétrole en mer** et qui désirent être représentées sur les marchés de la Mer

du Nord et d'Europe. La société, qui compte des employés ayant reçu une formation dans les domaines du forage et du génie pétrolier, est axée sur la vente directe aux compagnies pétrolières. Communiquer avec R.C. Higham, Underwater Tools (UWT) Limited, 1 Wendover Road, Rackheath, Norwich, Norfolk, NR13 6LH, Grande-Bretagne. Tél. : (0603) 721258. Télécopieur : (0603) 721275.

INDE — Un appel d'offres (numéro PUR:OF-111:WB:ICB:LDPE:2/92), dont la date de clôture est le 4 mars 1992, a été lancé par le National Dairy Development Board pour la fourniture de **granules de polyéthylène basse densité**. Il est possible de se procurer les documents, qui coûtent 1 000 Rs, à : National Dairy Development Board, P.O. Box 40, Anand 333 001, India. Téléx : 0172/207 IN. Télécopieur : 02692-222. Communiquer avec le consulat du Canada à Bombay. Téléx : 11-85122 (COC IN). Télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise spécialisée dans l'ingénierie de la gestion de projets désire entrer en contact avec des fabricants canadiens

de matériel qui voudraient discuter des **accords de représentation locale** dans les domaines suivants : **transformation des produits laitiers** (crème et matière grasse du lait), **transformation des produits alimentaires** (crèmes, huiles et graisses), **production de boissons** (bière et vin), **manipulation de produits chimiques corrosifs** (acides, matières alcalines et agents oxydants) et **technologie et systèmes de traitement des déchets** (lorsque des déchets sont produits dans le cadre des procédés industriels susmentionnés). Communiquer avec Barry Easton, directeur de l'exploitation, Sequil Project Services Limited, P.O. Box 5188, Mount Maunganui, Nouvelle-Zélande.

Télécopieur : 64-7-575-0345.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Le plus grand fabricant de vêtements d'hiver et de tricots au pays désire élargir sa gamme en important des **vêtements d'hiver fabriqués au Canada** (surtout des anoraks, des parkas et des tricots). Communiquer avec Ross Gamble, Tamahine Holdings Limited, P.O. Box 376, Dunedin, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : (03) 453-6816.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société d'importation et de distribution recherche des **poignées en bois de noyer blanc d'Amérique** pour tous les types d'outils. Communiquer avec Lester Clarke, 10 Meadowvale Avenue, Forrest Hill, Auckland, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : (09) 418-1876.

SINGAPOUR — Des **produits industriels électroniques, des produits de communications et de traitement** sont recherchés par S. Mori, directeur de l'exploitation, GEA Technology Pte Ltd., 4 Leng Kee Road #03-07, Thye Hong Centre, Singapour 0315. Tél. : 475-3711. Télécopieur : 471-3129.

SINGAPOUR — Un distributeur désire importer des produits alimentaires

et des boissons et discuter des droits de franchisage en ce qui concerne des produits alimentaires. Communiquer avec Jacque Tan, Kriston Food & Beverage Pte Ltd., Blk. 1006 Aljunied Ave. 5, #01-08/10, Singapour 1438. Tél. : 744-6878. Télécopieur : 744-6820.

SINGAPOUR — Une entreprise recherche des **panneaux de plafond, des briques en verre et d'autres produits architecturaux**. Communiquer avec Tan Kay Watt, directeur des ventes, Sim Lim Tower, Singapour 0820. Tél. : 296-5111. Télécopieur : 293-2669.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un institut de recherche et de développement recherche des **partenaires en vue d'établir des entreprises conjointes d'importation et d'exportation**. Déten-

teur d'une vaste expérience dans les véhicules à chenilles, tracteurs agricoles, machines d'exploitation forestière et moteurs diesel, l'institut recherche de nouveaux produits à **combustibles de remplacement** (biodiesel de graines de colza, gaz naturel liquéfié, biogaz). Ils serviront à des moteurs diesel et à de petits complexes laitiers. S'adresser à Dusan Bella, ZTS Research and Development Institute, Ltd., Komenskeho 19, 03 621 Martin, Tchécoslovaquie. Tél. : 0042 842 32005. Télécopieur : (0842) 33024. Téléx : (66) 75574.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un groupe d'ingénierie et d'experts-conseils spécialisé dans le traitement des eaux usées, potable et industrielle, la débitmétrie et les essais de laboratoire désire **coopérer** avec des entreprises étrangères. Le partenaire idéal sait trouver une solution aux **problèmes environnementaux reliés à l'industrie des pâtes et papiers et répond aux besoins municipaux et agricoles**. Communiquer avec Jiri Smejkal, Directeur, Aquaconsult, Na Visnovce 1231, 252 28 Cernosice, Tchécoslovaquie. Tél. : (02) 80 52 41. Télécopieur : (02) 87 81 57.

Débouchés commerciaux

Les entreprises canadiennes sont invitées à une foire commerciale et industrielle en Nouvelle-Zélande

Auckland — Les entreprises canadiennes ont la possibilité d'exposer leurs produits et d'explorer de nouveaux débouchés commerciaux en Nouvelle-Zélande, du 20 au 23 mai 1992.

Le service commercial du Haut-Commissariat du Canada louera — à 200 \$ néo-zélandais le mètre carré — une superficie pour l'installation d'un stand à l'intention des fabricants canadiens qui désirent participer à Emex 92, 7^e exposition internationale de fabrication et foire commerciale de technologie industrielle.

Ce stand comportera aussi un kiosque d'information tenu par des employés du Haut-Commissariat du Canada, qui œuvreront à l'établissement de nouvelles relations et au développement de nouveaux débouchés au nom de fabricants canadiens.

Les firmes canadiennes auront la priorité en ce qui concerne la location; toute place restante sera offerte à des sociétés locales qui représentent des fabricants canadiens en Nouvelle-Zélande.

D'après les porte-parole du Haut-Commissariat, mener des activités à partir d'un stand à une foire commerciale telle qu'Emex 92 est une façon idéale pour les fabricants canadiens d'explorer ou de pénétrer le marché de la région du Pacifique (Nouvelle-Zélande, Australie et les Îles du Pacifique).

Emex 92 est une exposition globale qui attire plus de 7 000 acheteurs venant d'une vaste gamme de secteurs industriels, notamment les machines d'ingénierie et les machines-outils; les instruments, le matériel de mesure et de contrôle; le matériel de manutention de matériaux et d'entreposage; les machines à travailler le bois et le bois d'œuvre ainsi que du matériel et des fournitures connexes.

En plus de concevoir et d'installer un stand bien en évidence, le personnel du Haut-Commissariat fera circuler des laissez-passer à toutes leurs personnes-

ressources, organisera de la publicité avant et après la foire, veillera à l'inclusion dans un catalogue et donneront des renseignements aux autres exposants intéressés.

Il est possible d'obtenir plus d'information auprès de M. Brian Emsley,

conseiller commercial, Haut-Commissariat canadien, P.O. Box 12-049; Wellington, Nouvelle-Zélande. Tél. : (011-64-4) 473-9577. Télécopieur : (011-64-4) 471-2082. Télex : (code de destination : 74) 3577 (NZ3577 CANAD).

Le Canada aura sa place à bord d'Asian Aerospace 92

Singapour — L'industrie aérospatiale du Canada sera bien représentée au salon Asian Aerospace de 1992, qui aura lieu à Singapour du 25 février au 1^{er} mars 1992. Dix-sept sociétés exposeront au pavillon du Canada coordonné par l'Association des industries aérospatiales du Canada.

Au moins quatre autres entreprises participeront conjointement avec des représentants de Singapour. En tout, on prévoit que plus de 175 représentants canadiens commerciaux, militaires et gouvernementaux seront présents à Singapour pendant le salon.

Asian Aerospace, qui se tient tous les deux ans, est considéré par de nombreuses personnes comme un salon auquel il faut participer à tout prix. En plus, il est situé au coeur du marché de l'aviation qui croît le plus rapidement au monde.

Plus de 1 000 entreprises venant de plus de 30 pays participeront, cette année, à Asian Aerospace. Des décideurs de compagnies aériennes, de compagnies d'aviation d'entreprise et d'aviation générale, d'organismes militaires et gouvernementaux visiteront le salon; ils viendront de la région et de l'étranger.

Les exportations canadiennes aux pays de la région d'Asie et du Pacifique ont augmenté de 67% en 1990 par rapport à l'année précédente pour atteindre un total de 372 millions de dollars. Dans la

région d'Asie et du Pacifique, les meilleurs marchés pour les produits aérospatiaux canadiens ont été, en 1990, la Thaïlande (153 millions \$), l'Australie (57 millions \$), le Japon (55 millions \$) et Singapour (46 millions \$).

Outre une vaste gamme de conférences et de séminaires simultanés sur des questions concernant l'industrie aérospatiale actuelle, Asian Defence Technology 92 et Asian Airport Equipment and Technology 92 se tiendront pendant la même période. Par conséquent, on s'attend à ce que les trois salons attirent ensemble un nombre de visiteurs du pays et de l'étranger, supérieur à ceux des années précédentes.

Dans le cadre du pavillon canadien, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada possédera un kiosque d'information et un centre de réception que les entreprises canadiennes qui n'exposeront pas cette année pourront utiliser pendant leur visite du salon.

Il y aura aussi un nombre limité de places à la disposition des sociétés canadiennes qui désirent exposer de la documentation sur leurs produits. Les entreprises qui souhaitent le faire devraient s'adresser à Peter Ho, Canadian High Commission, 80 Anson Road, #14-00 & 15-00, IBM Tower, Singapour 0207. Télécopieur : (011-65) 225-2450.

La technologie de l'environnement à Sao Paulo, Brésil

Sao Paulo — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada invite les entreprises à participer au pavillon national que le ministère parrainera à **EcoBrasil 92**, l'exposition internationale de technologie environnementale, qui se tiendra au Anhembi Exhibition Centre de Sao Paul du 6 au 11 juin 1992.

Pendant les deux semaines précédant **EcoBrasil**, la ville de Rio de Janeiro accueillera la conférence **Sommet de la Terre UNCED 92 — la Conférence des Nations unies sur l'environnement et le développement**.

On prévoit que la conférence **Sommet de la Terre** attirera des délégations de 160 pays, y compris des représentants d'organismes non gouvernementaux, des journalistes et des spécialistes de l'environnement — dont bon nombre assisteront aussi à **EcoBrasil**, qui sera, par conséquent, une exposition vraiment internationale.

EcoBrasil 92 est considérée comme un événement important pour les personnes qui désirent acquérir, de première main, des connaissances sur la technologie de pointe dans le domaine de l'environnement. Le nombre d'entreprises canadiennes susceptibles de participer dépassera probablement les places disponibles, aussi les sociétés intéressées devraient répondre dès que possible et verser un droit de participation de 950 \$. L'inscription s'effectue sur la base du premier arrivé, premier servi.

On rappelle aux participants que tous les produits doivent avoir un contenu canadien de 66 2/3 %.

Il est possible d'obtenir d'autres détails auprès de M. Jon Dundon, direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et aux Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur: (613) 943-8806. Télécopieur : 053-3745.

Un centre spécial de promotion des affaires sera offert à Globe 92

Vancouver — Les entreprises qui participeront à **Globe'92**, une foire en même temps qu'une importante conférence internationale sur les affaires et l'environnement, qui se tiendra à Vancouver, du 16 au 20 mars 1992, auront accès à l'ensemble des marchés potentiels à l'échelle mondiale grâce à un centre spécial de promotion des affaires.

Globe 92 attirera plus de 600 exposants, 3 000 délégués de conférences, 550 conférenciers et 21 500 visiteurs de plus de 80 pays.

L'International Business Contacts Center (IBCC) offrira aux exposants de précieux services. L'IBCC aidera les exposants et les participants à rencontrer les personnes qui prennent ou influencent les décisions pour l'achat de produits de services et de technologies dans le secteur de l'environnement. Les agents de liaison identifieront les conseillers en achats qui s'intéressent à votre société et organiseront des rencontres appropriées.

Les conseillers en achats auront aussi

l'occasion d'exposer leurs besoins et pourront bénéficier de rencontres organisées avec les exposants qui peuvent trouver des solutions à leurs problèmes environnementaux.

Les visiteurs auront par ailleurs accès à des séminaires sur l'utilisation des produits et de la technologie préparés par les exposants.

Une série de visites sera organisée immédiatement après **Globe 92**, à l'intention des entreprises ou des organismes nord-américains. Les voyages seront offerts sur la base du premier arrivé, premier servi et permettront de faire un suivi plus détaillé auprès des conseillers en matière d'achats rencontrés pendant la foire commerciale.

Situé à l'étage de la foire commerciale, l'IBCC offrira aussi des services qui comprennent le téléphone, la télécopie, la photocopie, la sténographie, le traitement de texte, la traduction et un salon d'affaires.

On peut déjà rejoindre l'IBCC pour obtenir plus d'information Tél: (604) 666-8020; Télécopieur: (604) 666-8123.

Salon de produits de santé aux É.-U.

Atlantic City — Il reste encore un nombre limité de places disponibles au pavillon national du Canada pour les sociétés qui désirent participer au **1992 Middle Atlantic Health Congress (MAHC) Trade Show**, qui se tiendra les 20 et 21 mai dans cette ville du New Jersey.

La participation à ce salon permettra aux fournisseurs canadiens de produits et de services relatifs aux soins de santé de pénétrer le vaste marché des États-Unis d'une valeur annuelle dépassant 39 milliards de dollars (dépenses reliées aux hôpitaux seulement).

Le **MAHC Trade Show** permet aux membres du *Middle Atlantic Health Congress* (qui représente plus de 700 institutions de soins de santé à New York, en Pennsylvanie et dans le Delaware) de rencontrer des fournisseurs de produits et de services de santé en vue de prendre des décisions d'achat.

Pour de plus amples renseignements sur la participation à cette foire commerciale, communiquer — d'ici le 1^{er} mars 1992 — avec Donald H. Garretson Jr. ou S. Snell, Commercial Section, Canadian Consulate General, New York City. Tél. : (212) 768-2400. Télécopieur : (212) 768-2440.

Séminaires sur les manières de percer sur le marché de l'environnement aux États-Unis

Les entreprises canadiennes qui veulent tirer parti des excellents débouchés commerciaux sur le marché de l'environnement aux États-Unis (É.-U.) trouveront utile d'assister aux séminaires qui se tiendront partout au Canada le mois prochain.

Les **U.S. Environmental Market Seminars** (séminaires sur le marché environnemental aux États-Unis) dont le thème général est "Knowledge: First Step Towards Successful Penetration of the U.S. Market" (les connaissances, la première étape vers la percée sur les marchés aux États-Unis), mettront les sociétés dans l'industrie canadienne de l'environnement au courant de ce qu'il faut faire pour réussir sur ce marché croissant à long terme. Selon les organisateurs des séminaires, l'élément clé du succès sur ce marché florissant, c'est la compréhension des lois, des règlements, des normes, des actes, des sanctions en matière d'environnement aux États-Unis, ainsi que des règlements des États et des règlements locaux — qui seront tous discutés par des experts dans leurs domaines respectifs.

En outre, on mettra l'accent sur quatre segments environnementaux principaux aux États-Unis : les déchets dangereux et toxiques; les déchets solides municipaux; le contrôle de la pollution atmosphérique; et le traitement de l'eau et des eaux usées.

Ces segments seront discutés en détail, et des sujets portant sur des questions relatives aux affaires dans le domaine de l'environnement, telles que les caractéristiques de l'industrie, le contexte législatif et de réglementation, la taille du marché, la segmentation et les taux de croissance, les participants actuels et leurs rôles, les stratégies mises en œuvre, les débouchés commerciaux actuels, les technologies disponibles et nouvelles, et les activités d'acquisition et d'entreprises conjointes.

Organisés par la Direction de la promotion du commerce et du tourisme

avec les États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et coparrainés par de nombreux organismes et associations de commerce, les séminaires, qui coûtent 107 \$ (TPS comprise), se tiendront à **Calgary** (2 mars), **Vancouver** (3 mars), **Toronto** (9 mars), **Montréal** (10 mars), **Halifax** (30 mars) et **Moncton** (31 mars).

Pour s'inscrire ou effectuer un paiement, communiquer, le plus tôt possi-

ble, avec Doris Lacombe-Beauchamp, Rhéal Leroux et Associés Inc., 1010 Polytek, bureau 37, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 741-9397. Télécopieur : (613) 741-9906.

Il est possible d'obtenir des renseignements sur les séminaires auprès de Donald Marsan, (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Tél. : (613) 991-9478. Télécopieur : (613) 990-9119.

Débouchés multiples en Syrie

D'après un rapport envoyé par l'ambassade du Canada à Amman (Jordanie), les changements ayant lieu en Syrie indiquent que l'industrie du secteur privé offre des débouchés aux exportateurs canadiens.

Un client, Nasuh Malas, Nahas Enterprises Group, PB 3050, Damascus. Télécopieur : 237688. Tél. : 411443 SY, représente les intérêts suivants :

- Une usine de fil chirurgical (matières synthétiques ou brutes naturelles) recherche des offres de franchise ou de concession de licence. L'étendue du projet, d'une valeur de 5 à 6 millions de dollars US, comprend la fourniture de machines ou de chaîne de production (de fil de suture). Le financement est disponible et en place.

- Une usine a besoin d'une chaîne de production et de machines pour la production d'acide chlorhydrique et de sulfate de sodium (en utilisant du sel gemme et de l'acide sulfurique

comme matières premières). Le financement, disponible et en place, est d'environ 7 à 8 millions de dollars US.

- Une usine de carton ondulé et de boîtes d'une capacité de 35 000 tonnes par an sur une base de 24 heures veut acquérir une chaîne de production complète et des machines pour la fabrication de carton ondulé à double et triple épaisseur (largeur : 230 cm) ainsi que des machines pour la fabrication informatisée de boîtes. Le financement est disponible pour le projet dont le coût est évalué à trois millions de dollars US.

- On recherche des machines dans le cadre d'un projet de production d'aliment pour bébés (céréales) d'une capacité de 500 kg par heure. Le client, qui est disposé à visiter des entreprises canadiennes intéressées, désire conclure des accords de concession de licence et payera la franchise et les redevances.

Les fournisseurs canadiens éventuels qui désirent obtenir des informations supplémentaires peuvent contacter le service commerciale de l'ambassade du Canada à Amman, à l'adresse suivante : Commercial Section, Canadian Embassy, P.O. Box 815403, Amman, Jordan. Tél. : (011-962-6) 666-124/5/6. Télécopieur : (011-962-6) 689-227. Tél. : (code de destination : 0493) (23080 CANAD JO).

Numéros à noter

À compter du 15 février 1992, les nouveaux numéros de téléphone de l'ambassade du Canada à Tunis seront les suivants : 796-577; 795-619; 797-114; 798-004; et 799-337. Le préfixe international est (011-216-1).

La Syrie met fin à son isolement économique

La Syrie est l'un des rares pays du Moyen-Orient possédant d'abondantes ressources hydrauliques, de vastes terres agricoles et une population hautement créative de 14 millions d'habitants. Le potentiel économique considérable du pays a été jusqu'à ces derniers temps entravé par des pénuries chroniques de devises étrangères et de crédits occidentaux ainsi que par l'inefficacité d'une économie à planification centrale établie dans le cadre de liens économiques et politiques étroits avec le bloc de l'Est.

Toutefois, la situation change. La découverte de vastes gisements pétroliers à une période où les relations avec l'Union soviétique sont de plus en plus chaotiques et l'afflux d'aide arabe estimée à plus de 2 milliards \$US, découplant de la réaction de la Syrie aux événements dans le Golfe, annoncent toutes un avenir vraiment prometteur.

La Syrie se redresse rapidement. Elle est en outre devenue un marché très intéressant pour les exportateurs.

La performance du Canada continue à s'améliorer. Les exportations de produits devraient dépasser 10 millions \$CAN en 1991, plus du double des exportations d'il y a deux ans. Les exportations de services atteindront 50 millions \$US. Un certain nombre d'entreprises de services canadiennes, surtout dans l'industrie pétrolière, ont décroché d'importants contrats et plusieurs d'entre elles ont ouvert des bureaux à Damas.

Les produits pétroliers

Selon l'ambassade du Canada à Amman, le secteur florissant du pétrole et du gaz demeure celui qui présente des débouchés considérables aux exportations canadiennes. Outre la présence importante du Canada dans les opérations d'exploration, de nouvelles entreprises de production sont actuellement à des stades avancés de développement de champs. Il existe d'immenses besoins d'installations «clé en main» de traitement et de production de pétrole et de gaz, d'entretien de puits de pétrole et

d'autre matériel. À titre d'exemple, un consortium mené par la société Royal-Dutch Shell investit environ 500 millions \$US par an.

L'agriculture

L'agriculture constitue un autre excellent secteur d'intérêt pour le Canada. Celle-ci représente plus de la moitié de l'activité économique privée. Le développement de ce secteur, entravé lui aussi par des pénuries d'argent liquide pour l'importation de technologie occidentale et des sécheresses persistantes, a engendré des importations extraordinaires de produits alimentaires, notamment des céréales à la fin des années 80.

Le gouvernement utilisera les revenus accrus pour mettre en oeuvre la modernisation nécessaire, ce qui offre des possibilités considérables aux fournisseurs canadiens de machines, d'engrais, de bétail et de matériel génétique.

L'hydraulique et les communications

La prospérité croissante de la Syrie a libéré des milliards de dollars qui serviront à l'exécution de divers grands projets tels que les installations hydrauliques et d'égouts dans quatre villes, l'énorme expansion des télécommunications, les aciéries, les usines textiles et les centrales électriques «clé en main». On a même relancé les discussions relatives au plan ambitieux de construction d'un métro à Damas. Les restrictions du secteur privé, longtemps subjugué, sont aussi réduites; les interdictions d'importation sont levées et les taux de change unifiés. Des lois visant à encourager l'investissement dans l'agriculture, l'industrie et le tourisme ont été adoptées. Le secteur privé réagit avec vigueur. Il résulte de cette situation des centaines de petits projets dans pratiquement tous les secteurs, ce qui augmente considérablement la demande de produits et services occidentaux qui serviront à soutenir la croissance prévue. Ce qui est particulièrement intéressant, ce sont les produits reliés à l'industrie et à la construction, surtout les machines de production et les machines industrielles, les produits fores-

tiers et les matières premières industrielles.

Pour plus d'information sur les débouchés commerciaux en Syrie, communiquez avec la Division du développement commercial de l'Afrique et du Moyen-Orient (GBT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél.: (613) 993-7040 ou directement avec l'ambassade du Canada en Jordanie. Télécopieur: (011-962-6) 689-227. Téléx: (0493) 23080 (23080 CANAD JO)

Nouveaux répertoires sur les produits de la forêt et du papier

Affaires Extérieures et Commerce extérieur Canada prépare présentement la publication prochaine de deux répertoires, l'un s'adressant à l'industrie d'exploitation forestière et l'autre à l'industrie des pâtes et papiers.

Toutes sociétés canadiennes désirant être inscrites dans l'un ou l'autre de ces deux répertoires doit au préalable répondre aux critères suivants:

- 1) Elles doivent être désireuses d'exporter et être en mesure de répondre à toutes requêtes provenant de l'étranger;
- 2) Tous les produits ou services annoncés doivent être exclusivement canadiens, c'est-à-dire, conçus et manufacturés au Canada ou dans le cas des services, conçus et vendus à partir du Canada.

Pour s'inscrire, les compagnies doivent faire parvenir leur matériel promotionnel accompagné d'une lettre sur papier corporatif dans laquelle elles indiquent les produits ou services canadiens qu'elles désirent voir annoncés. Le tout doit être envoyé à: Joseph Cogné (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont., K1A 0G2

AU CALENDRIER

Toronto — 19-21 février; **Montréal** — 26-28 février; **Vancouver** — 4-6 mars — Des séminaires de trois jours sur le thème «Négocier les contrats de vente internationaux et assurer le paiement des comptes débiteurs par des lettres de crédit» aideront, entre autres, les participants à acquérir des connaissances et des compétences qui leur permettront de préparer des contrats, d'analyser des lettres de crédit et de comprendre les documents nécessaires pour effectuer des transactions sans erreurs et recevoir rapidement le paiement de leurs exportations. Offerts par ITC International Trade Consultants et parrainés par l'Association des exportateurs canadiens et la Banque royale du Canada, les séminaires coûtent 743,65 \$ (TPS comprise). Pour s'inscrire ou obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec ITC International Trade Consultants, 225, avenue Maxome, North York (Ontario) M2M 3L3. Tél. : (416) 733-8236. Télécopieur : (416) 221-8357.

Calgary — 2 mars; **Vancouver** — 3 mars; **Toronto** — 9 mars; **Montréal** — 10 mars; **Halifax** — 30 mars; **Moncton** — 31 mars — Séminaires sur les démarches à prendre pour réussir à percer sur les marchés de l'environnement aux États-Unis. Communiquer avec Rhéal Leroux et Associés Inc., Ottawa, Tél. : (613) 741-9397; Télécopieur : (613) 741-9906; ou avec M. Donald Marsan, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél. : (613) 991-9478; Télécopieur : (613) 990-9119.

Vancouver — 16-20 mars — **Globe 92** — L'entreprise et l'environnement face

au développement durable à l'échelle mondiale en favorisant l'adoption de solutions pratiques aux défis environnementaux et en mettant de l'avant les occasions d'affaires et les responsabilités qui en découlent. Pour obtenir de plus amples informations sur cette série de conférences et cette foire commerciale qui comprend les tous derniers développements dans la réduction des déchets, le contrôle de la pollution et sa prévention, communiquer avec **Globe 92**, 601-535 rue Thurlow, Vancouver, V6E 3L6. Tél. : (604) 666-8020. Télécopieur : (604) 666-8123.

Vancouver — 23-27 mai — La 25^e assemblée générale internationale du

Pacific Basin Economic Council (PBEC) (Conseil économique du bassin du Pacifique) attirera plus de 500 dirigeants commerciaux, chefs d'États et représentants gouvernementaux supérieurs du monde entier. Le thème de l'Assemblée est «Le bassin du Pacifique: une économie sans frontières?» Le droit de participation est de 1000 \$US plus la TPS (membres du PBEC); de 1 200 \$US plus la TPS (non membres). Communiquer avec le Conseil à l'adresse suivante : Conseil économique du bassin du Pacifique, Comité canadien, 2^e étage, 90, rue Adelaide ouest, Toronto M5H 1P6. Tél. : (416) 869-0451. Télécopieur : (416) 869-1696.

Tournée canadienne axée sur la haute technologie 24 février - 4 mars 1992

Vingt-six conseillers commerciaux canadiens en poste dans différentes régions du monde entreprennent une tournée à travers le pays entre le 24 février et le 4 mars.

La tournée organisée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada permettra aux conseillers de rencontrer les exportateurs des secteurs suivants:

- télécommunications
- communication des données
- logiciels et équipement d'ordinateurs
- électronique commerciale et de défense
- géomatique
- technologie aéronautique et aérospatiale.

Les villes visitées et les dates sont les

suivantes:

Halifax: 14 février
Montréal: 25 et 26 février
Toronto: 28 et 28 février
Calgary: 3 mars
Vancouver: 4 mars

Les rencontres comporteront deux volets. Il y aura d'abord des tables rondes avec les conseillers d'Asie et d'Europe puis les participants qui se seront inscrits pourront rencontrer individuellement le conseiller commercial de leur choix pour discuter avec lui de besoins spécifiques.

Pour plus d'information, communiquez avec le bureau du Commerce extérieur le plus près de chez vous.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
 125, prom. Sussex
 Ottawa (Ont.)
 K1A 0G2

POSTE MAIL

Remise immédiate des lettres / Canada Post Corporation
 Post paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°4

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

2 mars 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Le Canada est maintenant présent dans les trois États baltes

Avec l'ouverture d'un bureau de l'ambassade du Canada à Vilnius, Lituanie, le 20 janvier dernier, le Canada a maintenant une présence dans les trois États baltes.

Les bureaux de Riga, en Lettonie et de Vilnius, en Lituanie sont des satellites de l'ambassade de Stockholm tandis que celui de Tallin, en Estonie relève de l'ambassade du Canada à Helsinki.

Les trois bureaux baltes emploient du personnel recruté sur place qui joue un rôle de liaison en secondant et en informant le personnel des ambassades responsables.

Sur les conseils des deux ambassades, les bureaux aideront les exportateurs canadiens à trouver de nouveaux débouchés dans les États baltes et offriront aux entreprises canadiennes une assistance en matière de commerce et d'investissement.

Les entreprises canadiennes qui veulent se renseigner sur les débouchés

Des négociations sont actuellement en cours sur la possibilité d'ouvrir par l'intermédiaire de la Société pour l'expansion des exportations une ligne de crédit de 10 millions \$ en faveur de chacun des trois États baltes.

D'autre part, le consulat général du Canada à Kiev, capitale de l'Ukraine a le statut d'ambassade depuis le 27 janvier et le chargé d'affaires M. Nestor Gayowsky continuera de s'occuper de toutes les questions reliées au commerce avec cette république.

Quant aux relations commerciales avec les autres républiques de la Communauté des États indépendants, elles continueront pour le moment d'être assurées par l'ambassade du Canada à Moscou.

Voici les coordonnées des ambassades et bureaux dans la Communauté des États indépendants et les États baltes:

Ambassade du Canada à Moscou, 23 Starokonyushenny Pereulok, Moscou 121002. Tél. : (011-7-95) 241-5882/230-2156. Télécopieur: (011-7-95) 241-9034. Télex : (code destination 64) 413401 DMCAN SU.

Ambassade du Canada à Kiev, a/s Hôtel Zhowtneva, bureau 808, Corpus 1, 5 rue Rosa Luxembourg, Kiev 22 252021 Ukraine. Tél. : (011-7-044) 291-8978. Télécopieur : (011-7-044) 291-8958. Télex : 131479 UYUT SU.

Ambassade du Canada à Stockholm, Tegelbacken 4, (7e étage), C.P. 16129, S-10323, Stocholm 16, Suède. Tél. : (011-46-8) 23 79 20. Télécopieur: (011-26-8) 24 24 91.

Bureau de l'ambassade du Canada à Riga, Centre de commerce de Riga 45/

(Voir page 2 : Les États.)

DANS CE NUMÉRO

Potentiel sectoriel aux É.-U. 4-5

Le marché de l'environnement aux États-Unis 6

Foires, salons et missions 7 à 9

L'agro-alimentaire au Mexique . 10

Calendrier et publications 12

Le Brésil ouvre son marché

Pendant les huit premiers mois de 1991, les exportations canadiennes au Brésil ont été de 27% supérieures à celles de la même période en 1990 alors qu'elles atteignaient les 500 millions \$. D'après les agents commerciaux d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, l'augmentation est due en partie à l'ouverture du marché brésilien.

Ces agents estiment que malgré les difficultés économiques que le pays connaît, de nombreuses possibilités d'exportation s'offrent aux Canadiens.

Les séminaires «Le Brésil s'ouvre au commerce» offerts par la Chambre de Commerce Brésil-Canada a permis de sensibiliser plusieurs entreprises canadiennes au marché brésilien. Les participants y ont, entre autre appris que :

- Le Brésil est un vaste marché de 150 millions de personnes et représente 50 % de l'ensemble de la base industrielle

de l'Amérique du Sud.

- C'est maintenant que les sociétés devraient inclure le Brésil dans leur stratégie d'exportation.

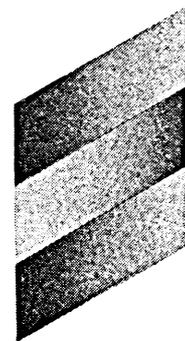
- Elles devraient prendre les dispositions nécessaires pour tirer parti des nombreux débouchés commerciaux nouveaux.

- Elles devraient trouver un partenaire brésilien approprié. Si elles attendent les conditions parfaites, leurs concurrents prendront de l'avance.

- La libéralisation du régime commercial au Brésil permet maintenant d'obtenir une licence d'importation en cinq jours ouvrables, alors qu'il fallait attendre plusieurs mois auparavant. Le contrat de change à terme peut aussi être conclu en quelques jours.

- Il existe plusieurs secteurs de croissance qui nécessitent de la technologie

(Voir page 2 : Le Brésil.)



Canada

Le Brésil ouvre son marché

(Suite de la première page.)

étrangère qui concorde bien avec le savoir-faire canadien. Ces secteurs sont les suivants :

- l'informatique (possibilité de débouchés commerciaux réels dans des domaines qui étaient entièrement fermés à la technologie étrangère);
- les télécommunications (l'expansion de l'infrastructure, incluant la téléphonie cellulaire, pourraient impliquer des dépenses de 22 milliards \$ d'ici 1995;
- les produits pharmaceutiques et les produits chimiques spéciaux;
- le marché agricole (qui était auparavant pratiquement inaccessible est actuellement ouvert, surtout aux ventes accrues de blé canadien et à d'autres secteurs dans lesquels le Canada possède un savoir-faire établi);
- le secteur des services (longtemps fermé aux entreprises d'ingénierie et de consultation, se libéralise, mais il est important de noter que les sociétés étrangères de génie-conseil qui veulent avoir une chance réaliste de décrocher

des contrats gouvernementaux devraient collaborer avec des partenaires ou avec des sous-traitants locaux;

- l'exploitation minière et le traitement des minerais; et
- le transport et les produits environnementaux.

- Le financement à long terme n'est peut être pas disponible actuellement, mais quatre banques canadiennes qui ont des bureaux au Brésil offrent des marges de financement à court terme (pouvant aller jusqu'à 360 jours) qui peuvent servir à financer vos produits. Ce sont la Banque royale du Canada, la Banque de Montréal, la Banque de Nouvelle-Écosse et la Banque Toronto Dominion.

- A titre de souscripteur à la Banque interaméricaine de développement (BID) et à la Banque mondiale, le Canada peut bénéficier du financement accordé par les banques pour des projets au Brésil. À elle seule, la BID mettra 22,5 millions \$ à la disposition des pays d'Amérique latine au cours des trois prochaines années pour amé-

liorer l'infrastructure régionale et les services sociaux.

- Les ventes de blé canadien au Brésil ont considérablement augmenté pendant que des produits (des couches pour bébés d'une valeur de 5 millions \$, par exemple) ont été vendus pour la première fois. Les autres principales exportations canadiennes sont les moteurs d'avion, le papier journal, le charbon, les engrais, les vaches laitières, les systèmes de téléphone cellulaire, les systèmes électroniques de lecture de passeports, les systèmes de contrôle des groupes électrogènes et le matériel de traitement du cancer.

- Le domaine de l'environnement offre un certain nombre de possibilités de coopération avec l'établissement de relations commerciales ou la création d'entreprises conjointes du secteur privé.

- Le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) dispose de fonds destinés aux études de viabilité et aux études préliminaires de faisabilité susceptibles de favoriser le transfert de la technologie au Brésil.

- Chaque année, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aide des entreprises canadiennes à participer à des foires commerciales au Brésil. De plus, le personnel de l'ambassade à Brasilia et celui du consulat général à Sao Paulo demeurent à la disposition des entreprises canadiennes pour élaborer des stratégies d'exportation.

Pour plus d'information sur le commerce entre le Brésil et le Canada, communiquer avec M. Francis Uy, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

On peut aussi obtenir des informations en contactant directement l'ambassade du Canada à Brasilia, tél. : (011-55-61) 321-2171, télécopieur : (011-55-61) 321-4259/321-3257; ou le consulat général du Canada à Sao Paulo, tél. : (011-55-11) 287-2122/2234/2601/2176, télécopieur : (011-55-11) 251-5057.

Les États baltes...

(Suite de la première page.)

47 rue Elizabethes, Riga 226010, Lettonie. Tél. : (011-7-0132) 22 51 88.

- Bureau de l'ambassade du Canada à Vilnius, Hôtel Draugyste, Porte 901, C.P. 330, 2300 Vilnius, Lituanie. Tél. : (011-7-0122) 66 17 31.

- Ambassade du Canada à Helsinki, P.

Esplanadi 25 B, C.P. 779, 00101 Helsinki 10, Finlande. Tél. : (011-358-0) 17 11 41. Télécopieur : (011-358-0) 60 10 60.

- Bureau de l'ambassade du Canada à Tallinn, 3 rue Tolli, Tallinn 200101, Estonie. Tél. : (011-7-0142) 44 90 56.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

KOWEIT — Un commerçant local de peinture d'automobile désire entrer en contact avec des fabricants et des exportateurs de peinture d'automobile, de peinture par pulvérisation et de formule pour le mélange de la peinture. Communiquer avec Mushrif Co. Trading and Contracting. Télécopieur : 965-474-1423.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Le plus grand fournisseur néo-zélandais de produits et de matériel destinés à des salons de coiffure et de beauté voudrait ajouter à sa gamme de produits des peignes, des brosses, des tondeuses et tous les types d'instruments de coiffure (à l'exception des cosmétiques). Communiquer avec John Hunt, Simms Jones Limited, P.O. Box 22548, Christchurch, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : (03) 654-727.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une source d'approvisionnement en mini-carottes congelées est recherchée par Mike Greenfield, Tiffany Foods, P.O. Box 4202, Christchurch, New Zealand. Télécopieur : (03) 338-996.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Un importateur recherche des camions usagés d'une demi-tonne à 12 tonnes ainsi que des pièces contrefaites et d'origine pour des tracteurs agricoles et des tracteurs agricoles usagés (70-120 hp). Communiquer avec Robert Reith, Robert Reith Machinery Limited, 129 Burnett Street, Ashburton, Nouvelle-Zélande. (Aucun numéro de télécopieur n'est fourni.)

SINGAPOUR - Produits alimentaires et chimiques en demande par Raihana M. Ghazali, directeur exécutif, Esfaaahan Kokusai Pte Ltd., 65 Chulia Street #42-08, OCBC Centre, Singapour

0104. Tél.: 532-5877. Télécopieur: 535-5736.

SINGAPOUR - Une compagnie d'objets de nouveautés et d'art créatif souhaiterait rencontrer un partenaire. Communiquer avec James Chan, Managing Partner, CTH Novelties & Gifts, Blk 1090, #05-01, Lower Delta Road, Tiong Bahru Industrial Estate, Singapour 0316. Tél.: 278-6280/271-8959. Télécopieur: 274-7177.

SINGAPOUR - Une compagnie voudrait agir comme représentant pour une compagnie de tapis, tissus de recouvrement et de capitonnage pour meubles. Communiquer avec Doris

Lim, Sagi Interior Furnishings, 10 Anson Road #16-14, International Plaza, Singapour 0207. Tél.: 221-0511. Télécopieur: 226-0611.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Un institut de recherche et de développement cherche des partenaires en vue d'établir des entreprises conjointes d'importation et d'exportation. L'institut, qui dispose de grandes installations d'essai, possède de l'expérience dans les véhicules à chenilles, les tracteurs, les machines d'exploitation forestière et les moteurs diesel. Les nouveaux projets sont reliés à l'utilisation de combustibles de remplacement (biodiesel de graines de colza, gaz naturel liquéfié, biogaz) dans des moteurs diesel et de petits complexes laitiers. Communiquer avec Dusan Bella, Marketing Manager, ZTS VVU a.s., Komenskeho 19, 03 621 Martin, Tchécoslovaquie. Tél.: (0042) 842 32 005. Télécopieur: (0042) 842 33024. Télex: (66) 75574.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entreprise recherche un partenaire d'entreprise conjointe qui l'aiderait à augmenter sa fabrication d'outils de presse, de gabarits de précision et de

matériel de production automatique de petite envergure. La société désire aussi étendre sa gamme de produits par l'introduction d'une nouvelle technologie de fabrication. S'adresser à Vojtech, reditel, Nastrojarna Roznov, 1 Maje 1000, 756 61 Roznov pod Radhostem, Tchécoslovaquie. Tél.: (0042) 651-565495. Télécopieur: (0042) 651 562116.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Du matériel de sécurité est recherché par Alexandr Cach, président, A.S. Zlinmont-Graddo, C.P. 231, 76001 Zlin 1, Tchécoslovaquie. Tél.: (0042) 067 512 (ext. 281). Télécopieur: (0042) 067 279502.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entreprise souhaite coopérer avec des sociétés

canadiennes productrices des produits suivants ou de produits semblables : tubes en verre, verre moulé, verre de laboratoire, ampoules en verre, thermomètres, matériel de réduction du bruit et matériel d'isolation thermique. Contacter Juraj Paulus, Slovenske Zavody Technickeho Skla a.s., Dubravka, 844 03 Bratislava, Tchécoslovaquie. Tél.: (07) 769-001-2. Télex: 93337 Slovtechsklo.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Le principal concepteur, fabricant et grossiste de Tchécoslovaquie en produits aérotechniques destinés à l'industrie désire s'associer avec des partenaires éventuels ou procéder à un transfert de technologie. Ses produits comprennent des ventilateurs centrifuges à haute et à moyenne pression, des ventilateurs centrifuges et axiaux, des séparateurs à air (cyclone et nettoyeur d'air), ainsi que des composantes de transporteurs pneumatiques. Communiquer avec Vladimir Prosek, ingénieur principal de marketing et de vente, Klima a.s., Krumlovska 38, 383 32 Prachatice, Tchécoslovaquie. Tél.: (0338) 21221. Télécopieur: (0338) 23645. Télex: 144278.

Débouchés commerciaux

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une première partie. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

ALIMENTS ET BOISSONS

Agent: P. Egyed
Tél.: (613) 991-9483

Les États-Unis offrent de loin le marché d'exportation le plus important pour les produits agro-alimentaires canadiens tant pour ce qui est du volume que de la variété de produits vendus. La valeur totale des ventes aux niveaux du détail et des services alimentaires, qui atteignait 410 milliards \$ en 1990, passera à 440 milliards \$ d'ici la fin de 1991. Le marché américain est un marché d'acheteurs où la demande de produits nutritifs, pratiques et bien emballés s'accroît au niveau du commerce de détail.

Il existe des débouchés particulièrement prometteurs du côté des plats cuisinés (entrées prêtes à consommer, produits pour cuisson aux micro-ondes, canapés, etc.), des aliments «ethniques», des aliments préparés et des spécialités, et des produits répondant aux souhaits des consommateurs américains, c'est-à-dire sains, raffinés et non dommageables pour l'environnement. L'ensemble du marché américain/canadien des produits transformés et à valeur ajoutée croît trois fois plus vite que celui des produits bruts.



AMEUBLEMENT

Agent: T. Weinstein
Tél.: (613) 991-9479

Les États-Unis représentent un marché illimité pour presque tous les genres de meubles, qu'il s'agisse de meubles résidentiels, d'objets et d'accessoires mobiliers, de literie, de meubles de bureau ou fabriqués sur commande. Les meubles résidentiels sont devenus des «articles de mode» dont on se débarrasse plutôt que de les emporter avec soi lors d'un déménagement.

Les fabricants nord-américains de meubles de bureau et de meubles fabriqués sur commande ont été occupés à livrer les commandes passées à la fin des années 1980. Cependant, compte tenu de la conjoncture, nombre de sociétés qui ont besoin de nouveau mobilier retardent leurs commandes importantes jusqu'à la reprise de l'économie. Les immeubles de bureau et les édifices publics nouvellement construits ou agrandis (centres commer-

ciaux, aéroports, établissements de soins de santé, etc.) qui ont besoin de meubles fabriqués sur commande vont néanmoins de l'avant, mais à un rythme plus lent.



COMPOSANTES ÉLECTRONIQUES

Agent: D. Shaw
Tél.: (613) 991-9474

À mesure que l'économie américaine sort de la récession, on prévoit que l'industrie des composants va croître au taux composé de 6 à 8% jusque vers le milieu des années 1990. Pour l'année 1991, la croissance prévue est de 9%, le secteur le plus actif étant celui des semi-conducteurs et des dispositifs connexes. Dans le secteur des composants, les gains devraient se limiter à 5 ou 6%. Si la reprise économique s'accroît, la demande de composants électroniques, de dispositifs à semi-conducteurs et de circuits intégrés dépendra des progrès réalisés sur les marchés de l'informatique, des télécommunications et de l'automobile.

La récession, suivie d'une reprise léthargique, a provoqué un renforcement et un accroissement des efforts concurrentiels au sein de l'industrie américaine. Il existe cependant des débouchés intéressants pour une large gamme de produits allant des simples composants telles les résistances et les condensateurs aux puces et aux plaquettes multi-couches.



EMBALLAGE

Agent: P.-A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

La hausse annuelle de 3% qu'enregistre le secteur américain des machines d'emballage ne reflète pas les nombreux changements que connaît ce secteur. Dans l'emballage des aliments, par exemple, qui constitue le plus important sous-secteur, on remarque une demande constante de produits plus attrayants que l'on peut utiliser au four micro-ondes et qui ne nuisent pas à l'environnement. Cette demande devrait entraîner l'adoption d'une réglementation plus stricte en ce qui concerne les produits d'emballage. Il est probable qu'on s'achemine vers une

plus grande automatisation compte tenu de la hausse des coûts de main-d'œuvre.



EMBARCATIONS DE PLAISANCE ET DE TRAVAIL ET ACCESSOIRES

Agent: J. P. Petit
Tél.: (613)991-9482

La valeur du matériel expédié annuellement par l'industrie américaine de la navigation de plaisance dépasse 15 milliards \$US. Les importations aux États-Unis ont augmenté d'environ 25% par an au cours des six dernières années, mais ont chuté de 25% en 1989. En 1991, le gouvernement fédéral a imposé une taxe de luxe sur les embarcations d'une valeur supérieure à 100 000 \$US.

Cette mesure va probablement affaiblir les ventes dans cette catégorie coûteuse, mais favorisera la vente d'accessoires marins, de moteurs hors-bord et de petites embarcations. Les fabricants canadiens sont de plus en plus reconnus sur le marché américain en raison des produits novateurs et de qualité qu'ils offrent. En dépit de la lenteur de la reprise économique, du coût élevé des carburants et de l'évolution des goûts des consommateurs, les États-Unis constituent à long terme un intéressant marché pour les produits canadiens.

Le marché des embarcations de travail a connu un lent rétablissement freiné par le coût élevé du capital, les forts taux d'intérêt et une molle reprise de l'économie. Mais les travaux d'entretien et de génie maritime, de même que la demande d'accessoires et de produits marins devraient assurer de bons débouchés à court et à moyen terme.



INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE

Agent: G.H. Willows
Tél.: (613) 993-6576

En une décennie, le micro-ordinateur a cessé d'être le passe-temps d'un petit groupe d'amateurs pour constituer une menace pour l'existence des ordinateurs centraux et des mini-ordinateurs. En 1991, le marché global des micro-ordinateurs devrait dépasser 93 milliards \$, c'est-à-dire presque le double du marché des ordinateurs de plus grandes tailles. Malgré la faiblesse actuelle de l'économie, le marché américain des micro-ordinateurs et des logiciels devrait dépasser à lui seul 35 milliards \$US. L'an prochain, on s'attend à ce que les achats de micro-ordinateurs augmentent d'environ 8% aux États-Unis et de 15% dans le monde entier.

Les analystes de l'industrie prévoient que les systèmes d'exploitation MS-DOS/Windows continueront à dominer

en s'appropriant au moins 50% de l'ensemble du marché, que les systèmes Unix et OS/2 feront des gains et se partageront également 40% du marché tandis qu'Apple en conserverait 10%.

Les grands marchés régionaux reflètent les tendances démographiques en ce sens que les micro-ordinateurs progressent dans tous les milieux. On prévoit que les produits les plus en demande seront les appareils multimédias, les ordinateurs bloc-notes, les produits informatiques pour entreprises, et le cadre d'exploitation Windows.



QUINCAILLERIE ET PRODUITS DE BRICOLAGE

Agent: R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Il existe aux États-Unis plus de 2 000 fabricants de quincaillerie et de produits de bricolage, qui emploient quelque 130 000 personnes. En 1990, la valeur totale de ce marché atteignait 100 milliards \$, dont la majeure partie a été affectée à la construction d'annexes et à des travaux de rénovation et de réparation domiciliaires. Plus de 75% de toutes les ventes de produits de bricolage ont été réalisées par les grandes chaînes de quincailleries et de magasins de produits de bricolage.

La demande de quincaillerie et de produits de bricolage est étroitement liée au niveau d'activité dans les secteurs de la construction résidentielle et non résidentielle et de la rénovation. C'est dans les points de vente de produits de bricolage, un secteur en pleine croissance, que les ventes de ces produits sont les plus importantes.



PLASTIQUES

Agent: R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Actuellement, les plastiques sont les matériaux les plus utilisés aux États-Unis. Leurs multiples usages leur permettent de plus en plus de remplacer les métaux, le verre, le papier, le bois et d'autres matériaux. L'amélioration de leurs caractéristiques, comme la résistance aux températures élevées, le rapport élevé hauteur/poids, et la résistance aux agents chimiques et à la corrosion leur ont permis de prendre une place de plus en plus dominante.

Les industries du conditionnement sont toujours les plus gros utilisateurs de plastiques, suivies des industries du transport, de l'électronique, de la construction, des matériels médicaux et des articles de sport. Le Canada et l'Asie orientale sont les deux premiers exportateurs vers le marché américain puisqu'ils fournissent chacun 25,2% du marché. Le Japon vient ensuite avec 18,8% du marché.

Foires, missions et séminaires sur l'environnement

Pour les sociétés canadiennes, une excellente façon de faire la promotion de leurs technologies, produits et services dans le domaine de l'environnement sur le marché américain, c'est de participer à des foires commerciales, à des missions, à des séminaires et à des ateliers.

Par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis et en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada favorise la participation d'entreprises canadiennes dans le but de les aider à explorer les débouchés dans le domaine de l'environnement sur le marché américain.

Voici une liste d'activités choisies dont les sociétés canadiennes pourraient tirer profit.

FOIRES COMMERCIALES

- **New England Environmental Expo** - Boston, 28-30 avril 1992 - Exposition nationale de produits et services environnementaux, cette manifestation, qui compte 400 exposants, est la plus grande de la région et vise les entreprises dans les secteurs des produits et des services.
- **Water Pollution Control Association of New Jersey** - Atlantic City, 5-7 mai 1992 - Exposition régionale de matériel, d'instruments et de services de contrôle de la pollution de l'eau. Elle compte 200 exposants et attire 3 000 ingénieurs, acheteurs et chargés de la réglementation des industries, des municipalités et des États.
- **Waste Expo 92** - Nouvelle-Orléans, 6-8 mai 1992 - Exposition internationale de matériel de collecte, de transport et d'élimination des déchets solides et dangereux ainsi que de matériel, de produits et de services de soutien connexes. Elle compte 350 exposants et attire 12 000 cadres et personnes d'affaires des secteurs privé et public qui exercent des activités dans le domaine des déchets solides.
- **HazTech Trade Show & Conference**

- Pittsburgh, 12-14 mai 1992 - Ce salon régional comporte du matériel, des systèmes et des services pour la collecte, le confinement et l'élimination des substances et des déchets toxiques et dangereux produits par les utilisateurs industriels et municipaux. Cette manifestation, qui couvre la région de l'Ohio, de la Pennsylvanie, de la Virginie occidentale, du Maryland et la partie inférieure de l'État de New York, compte 170 exposants et attire des ingénieurs d'usine, des ingénieurs-conseils dans le domaine de l'environnement, du personnel d'intervention en cas d'urgence et des cadres du gouvernement des États, chargés des achats.

• **Hazardous Materials Management Conference** - Atlantic City, 10-12 juin 1992 - Ce salon national, qui compte 650 exposants, comporte du matériel pour la manutention, le traitement, l'entreposage et le transport des substances et des déchets dangereux. Parmi les 12 000 participants, on compte des ingénieurs d'usine et de l'environnement, des cadres chargés de la gestion des déchets municipaux, des chimistes, des techniciens et du personnel d'intervention en cas d'urgence.

• **Air & Waste Management Association** - Kansas City, 22-26 juin 1992 - Ce salon national, qui compte 400 exposants, présente des produits et services pour le contrôle de la pollution atmosphérique et la gestion des déchets, y compris l'instrumentation, le matériel de contrôle et les services d'ingénierie et de consultation. Des ingénieurs, des spécialistes de la gestion des déchets ainsi que du personnel de contrôle de l'environnement du gouvernement fédéral, des États et des municipalités participent au salon.

MISSIONS

• **Mission à la California Water Pollution Control Conference** - Sacramento, 8-10 avril 1992 - Visant les fabricants et les fournisseurs de matériel et de services de contrôle de la pollution de l'eau, cette manifestation attire environ 1000 visiteurs, notam-

ment des planificateurs, des ingénieurs, des experts-conseils et des représentants de villes, qui s'occupent de questions reliées à la qualité de l'eau.

• **Mission des entreprises canadiennes de gestion des déchets dangereux** - Los Angeles, avril 1992 - La mission rencontrera des fabricants, des experts-conseils et des chargés de la réglementation dans le domaine du matériel, des systèmes et des services relatifs à la gestion des déchets dangereux.

• **Mission à l'Environmental Business Council** - Boston, avril 1992 - Membres de l'Environmental Business Council et sociétés canadiennes invitées qui s'occupent de la gamme entière des produits et services environnementaux.

• **Mission de l'étranger à l'American Water Works Association Show** - Vancouver - 18-22 juin 1992 - Environ 25 acheteurs américains choisis et invités par des consulats du Canada aux États-Unis s'intéresseront aux compteurs d'eau, aux tuyaux, aux valves et à d'autres composantes reliées à l'industrie de l'adduction d'eau. Le salon attire près de 9000 cadres des municipalités et des États, des ingénieurs, des entrepreneurs et des spécialistes de l'environnement.

ATELIERS ET SÉMINAIRES

• **Forum Canada-États-Unis sur l'environnement** - Raleigh (Caroline du Nord) - 26-27 juin 1992 - Le forum comportera des technologies dans cinq domaines principaux concernant l'environnement: l'atmosphère, les déchets, l'eau, la gestion et l'ingénierie. La manifestation vise à promouvoir la collaboration entre des organismes américains et leurs homologues canadiens en vue d'explorer les partenariats, la collaboration, les entreprises conjointes, les contrats de recherche et les alliances stratégiques.

Pour s'inscrire communiquer avec M. Donald Marsan, UTO. Télécopieur : (613) 990-9119.

Le Canada participera au salon Emballage 92 de Paris

PARIS — Le Canada aura un kiosque d'information au salon Emballage 92 qui se tiendra du 12 au 18 novembre 1992 à Paris-Villepinte.

Il s'agira de la 30e édition de ce salon qui a lieu tous les deux ans. En 1990, le salon a attiré 2 800 exposants d'une trentaine de pays et 130 000 visiteurs dont 21 000 venus de l'étranger.

La présence canadienne vise à promouvoir la formation d'alliances internationales dans les technologies agro-alimentaires. Elle complète aussi l'étude économique du secteur de l'emballage en France réalisée par Investissement Canada. L'étude contient entre autres

des profils d'entreprises de pointe dans la production et la fabrication de machines d'emballage.

Le consulat du Canada à Lyon, avec l'appui des délégations du Québec et de l'Ontario en France, est prêt à accueillir une mission et invite les sociétés canadiennes motivées par des échanges technologiques ou un partenariat à se manifester.

Pour plus d'information, communiquer avec Walter Conrad, Industrie, Science et Technologie Canada, tél. : (613) 954 3011; télécopieur : (613) 954-3079.

Salon du matériel et des pièces d'électronique en Corée

SÉOUL - Les sociétés canadiennes ont la possibilité d'explorer le marché croissant des pièces et du matériel électroniques en Corée, et d'accroître leur part de ce marché en participant au Korea International Electronic Parts and Equipment Show (KEPES 92) (salon international des pièces et du matériel électroniques de la Corée), qui se tiendra au Korea Exhibition Centre du 20 au 24 mai 1992.

D'après les organisateurs du salon, la Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA) et la Korea Electronics Industries Cooperative (KEIC), l'industrie de l'électronique de ce pays occupe le sixième rang à l'échelle mondiale. Malgré cette croissance, il est nécessaire de trouver de nouveaux exportateurs afin de remédier au développement insuffisant des industries connexes telles les pièces et les composants électroniques, le matériel de fabrication, les instruments de mesure et le matériel d'essai.

KEPES 92, qui a lieu chaque année depuis 1986, permet au pays de trouver ces exportateurs.

Le salon est une exposition spécialisée qui présente seulement des pièces, des composants électroniques et du matériel connexe. La plupart des participants sont des gens d'affaires qui œuvrent dans ce secteur industriel clé.

Pour plus d'information sur KEPES 92 ou sur la façon de participer, s'adresser au Korea Trade Centre, C.P. 9, bureau 600, 65, rue Queen ouest, Toronto (Ontario) M5H 2M5. Tél. : (416) 368-3399. Télécopieur : (416) 368-2893.

Salon des produits d'intérieur au Japon

TOKYO - Le salon commercial annuel de produits d'intérieur importés haut de gamme destinés au marché japonais se tiendra du 20 au 23 mai 1992 au centre d'exposition Sunshine City de Tokyo.

Le sixième Lifestyle Europe 92 offre aux exposants d'intéressants débouchés commerciaux en leur permettant de rencontrer acheteurs et distributeurs.

Tenu pour la première fois en 1987, Lifestyle Europe met l'accent sur les six secteurs de marché qui offrent des

Super salon de l'alimentation à Montréal

MONTREAL - Des places sont encore disponibles pour les entreprises qui désirent participer au Super Salon de l'Alimentation (SSA) International, qui se tiendra du 24 au 26 mai 1992.

Reconnu par le Tradeshow Week comme l'une des 50 plus importantes expositions commerciales au Canada, SAA International est un événement qui regroupe tous les secteurs de l'industrie de l'alimentation au détail, y compris les aliments fins et les spécialités alimentaires, les boissons et le matériel relié à l'alimentation.

Le salon attire des participants canadiens, américains et européens, notamment des fabricants, des distributeurs, des importateurs, des grossistes, des courtiers, des entreprises de services et des attachés commerciaux.

En 1991, le SAA International a compté plus de 350 exposants et attiré plus de 14 500 visiteurs professionnels.

Pour plus d'information, communiquer (à Montréal) avec Mme Ginette Grisé, tél. : (514) 289-9669; ou (à Toronto) avec Mme Marlene Patterson, tél. : (416) 270-1624.

possibilités de croissance de marché rapide, à savoir la vaissellerie, les textiles, les meubles, les cadeaux de luxe, les objets d'art et les luminaires.

Pour obtenir plus d'information sur Lifestyle Europe 92, communiquer avec le représentant canadien du salon, M. Derek Complin, UNILINK, 50 Weybridge Court, bureau 41, Agincourt, Ont. M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

Foires, salons, expositions et missions en Europe

Voici, en ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1992-1993.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle où plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte.

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions sont constituées soit d'exportateurs canadiens (MVE), ou d'acheteurs potentiels de l'étranger (MEA). Pour obtenir plus d'information sur ces événements ou sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél.: (613) 996-5554. Télécopieur: (613) 995-6319.

Europe de l'Est

PRODUITS DE TECHNOLOGIE DE POINTE

- **Infosystem** - Poznan (Pologne) - 6 au 10 avril 1992. Matériel d'électroniques, de télécommunications et d'ordinateurs. (KI)
- **Sofia Technical Days Fair** - Sofia (Bulgarie) - Mai 1992. Bureautique, ordinateurs, informatique. (KI)
- **Mission à l'étranger du Industrial Technology Working Group/Defence Conversion** - Moscou, Saint-Petersbourg et Kiev - Juin 1992

CONTRÔLE DE PROCÉDÉS ET INSTRUMENTATION (MEA)

- **TELECOM 9** - Budapest (Hongrie) - 12 au 17 oct. 1992. Matériel de télécommunications. (SN)

PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

- **Mission de l'étranger au Western Farm Progress Show** - Regina (Sask.), Canada - Juin 1992. Culture à sec et technologie agricole. (MEA)
- **Polagra 92** - Poznan (Pologne) - 1er au 6 oct. 1992

Agriculture, alimentation et transformation des aliments. (KI)

PRODUITS ET SERVICES DE CONSOMMATION

- **TIBC** - Roumanie - 28 mai au 4 juin 1992. Foire de produits grand public (KI)

CONSTRUCTION, PRODUITS ET SERVICES CONNEXES

- **Foire internationale de Poznan** - Poznan (Pologne) - 14 au 21 juin 1992. Foire horizontale (Construction). (KI)
- **Mission à l'étranger dans le domaine de la construction** - Varsovie et Poznan - Juin 1992. Matériaux et outils reliés à la construction. (MVE)
- **Mission à l'étranger dans le domaine des techniques de construction** - Moscou, Saint-Petersbourg et Kiev - Nov. 1992. Construction préfabriquée et industrielle. Techniques de construction. (MEA)

PRODUITS FORESTIERS

- **PAP-FOR 92** - Saint-Petersbourg - 22 au 26 sept. 1992. Foresterie et cellulose. (MVE)

ACTIVITÉS GÉNÉRALES

- **Mission sur les valeurs sûres** - Prague et Bratislava (Tchécoslovaquie) - Avril 1992. Possibilités commerciales et d'investissement en RFTS. (MVE)
- **Foire d'ingénierie de BRNO** - Brno (Tchécoslovaquie) - 16 au 23 sept. 1992. Produits d'ingénierie et industriels. (SN)
- **Mission à l'étranger sur les industries des ressources** - L'Ouest de la Russie - Sept. 1992. Minerais, foresterie, pêcheries et pétrole. (MEA)
- **TIB 92** - Bucharest (Roumanie) - 8 au 15 oct. 1992. Foire de construction. (SN)

MACHINES INDUSTRIELLES

- **Foire du printemps de Budapest** - Budapest (Hongrie) - 20 au 27 mai 1992. Produits industriels de construction et sectoriels. (KI)
- **Mission à l'étranger dans le domaine de l'environnement** - Budapest (Hongrie) - Juin 1992. Produits environnementaux, eaux usées industrielles, instrumentation et services. (MVE)
- **Foire internationale d'automne de Zagreb** - Zagreb

Europe de l'Est et de l'Ouest en 1992 et 1993

(Yougoslavie) - 14-20 sept. 1992. Foire industrielle horizontale (établissement des contrats par la mission). (SN)

• **Foire technique internationale d'automne de Plovdiv** - Plovdiv (Bulgarie) - 21 au 27 sept. 1992. Foire industrielle horizontale. (KI)

• **Mission technique** à l'étranger dans le domaine de l'environnement - Prague, Bratislava, Ostrava, Katowice et Varsovie - sept. et oct. 1992 - Produits environnementaux et produits et services connexes. (MVE)

• Exposition technique internationale de l'environnement **ENVIBRNO** - Brno (Tchécoslovaquie) - 20 au 23 oct. 1992. Produits et services environnementaux. (KIE)

EXPLOITATION MINIERE, MÉTAUX ET MINÉRAIS

• **Mission** à l'étranger dans les domaines du matériel et de la technologie d'exploitation minière - Yougoslavie, Bulgarie et Albanie - Oct. 1992. Matériel et services d'exploitation minière. (MVE)

• **Mission** au Canada dans le domaine de la métallurgie - Nov. 1992. Métaux de première fusion et ouvrés. (MEA)

PRODUITS DU PÉTROLE ET DU GAZ NATUREL

• **NEFTEGAZ 92** - Moscou - 19 au 27 mai 1992. Matériel et services dans les domaines du pétrole et du gaz. (SN)

• **Mission** de l'étranger au **National Petroleum Show** - Calgary - 9 au 11 juin 1992. Pétrole et du gaz. (MEA)

Europe de l'Ouest

PRODUITS DE HAUTE TECHNOLOGIE

• **Mission** dans le domaine de l'instrumentation à la **HET Instrumental FAIR** - La Haye (Pays-Bas) et Vienne (Autriche) - 6 au 10 avril 1992 - Instruments, appareils et systèmes. (MVE)

• **Communications 92** - Birmingham (R.-U.), 7 au 10 avril 1992. Télécommunications. (KIE)

• **TMAB EXHIBITION, FORUM & TELECOM** (avec Investissement Canada sur les télécommunications) (KI) - Bruxelles (Belgique) - 8 et 9 avril 1992. Télécommunications et télématique. (KI)

• **Journée européenne des composites** - Lyon (France) - 22 au 24 avril 1992. Composites. (KI)

• **COMDEF 92** - Southampton (R.-U.) - 29 mai au 1er juin 1992. Informatique. (KIE)

• **Mission** à l'étranger dans le domaine des logiciels - Irlande - Mai 1992 - Expansion du marché vers l'Europe en utilisant, comme base, l'Irlande et les accords de collaboration avec des partenaires irlandais. (MVE)

• **MEDIAVILLE** - Rennes (France) - Juin 1992. Télédiffusion et câblodistribution. (KI)

• **Congrès international de télédiffusion** - Amsterdam (Pays-Bas) - 3 au 7 juillet 1992 - Télédiffusion, câblodistribution. (SN)

• **Mission** à l'étranger d'informatique et de technologies de pointe - Pays scandinaves - Sept. 1992. Informatique, y compris le matériel, la télématique et les logiciels. (MVE)

• **ORBIT 92** - Bâle (Suisse) - 8 au 12 sept. 1992. Produits et services de technologie de pointe. (KI)

• **EXPOTRONICA 92** - Espagne - 13 au 16 oct. 1992. Matériel de communication par satellite, composants électroniques, systèmes de câble et de télévision. (SN)

• **SYSTEC 92** - Munich (Allemagne) - 19 au 23 oct. 1992. Produits informatiques (produits de remplacement avec systèmes). (KIE)

• **Communications 92** - Istanbul (Turquie) - 28 oct. au 1er nov. 1992. Télécommunications et communications. (KI)

• **Mission** à l'étranger dans le domaine des logiciels de contrôle de la qualité - Milan (Italie) - Oct. 1992. Applications de logiciels (MVE)

• **Mission** de technologies de l'information venant de l'étranger - Toronto, Ottawa, Montréal - Oct. 1992. Technologies de l'information. (MEA)

• **Mission** d'automatisation et de robotique à l'étranger. Vienne, Linz, Graz (Autriche) - Oct. 1992 - Automatisation et robotique dans le secteur de la fabrication. (MVE)

• **Mission** dans le domaine de la bureautique à la **Efficiency Beurs Fair** - Amsterdam, La Haye - Oct. 1992. Bureautique, informatique et communications. (MVE)

• **Open Systems Exhibition** - Londres (R.-U.) - 4 au 6 nov. 1992 Informatique et communications. (KIE)

• **INTER/ELEC 92** et table ronde d'Investissement Canada sur l'électronique - Ghent (Belgique) - 19 au 23 nov. 1992. Électronique et matériel électrotechnique. (KI)

• **PRONIC 92** - Paris (France) - 30 nov. au 4 déc. 1992. Matériel électronique. (KI)

• **EXPOTELCOM** - Portugal - Nov. 1992 Télématique, informatique et technologie de l'information (KIE)

• **P.C. Forum** - Paris (France) - Fév. 1993. Produits de la technologie de pointe. (KIE)

• **CEBIT 93** - Hanovre (Allemagne) - 24-31 mars 1993 Produits de télécommunications et d'informatique. (SN)

• **Logiciel et automatisation** - Kortrijk (Belgique) - mars 1993 Informatique, logiciels de pointe. (KI)

Suite au prochain numéro.

Excellent marché agro-alimentaire au Mexique

Avec une population de 85 millions d'habitants, le Mexique représente un marché important et en pleine croissance pour les exportateurs canadiens. Le principal objectif de la participation du Canada à l'accord tripartite de libre-échange avec le Mexique et les États-Unis est d'assurer un meilleur accès de nos biens, services et investissements au marché mexicain aux conditions accordées aux États-Unis.

Le Mexique constitue notre plus important marché agro-alimentaire en Amérique latine et notre quinzième dans le monde (167,4 millions \$ en 1989). Il ne fait aucun doute que les Canadiens peuvent obtenir une meilleure part du marché agro-alimentaire mexicain avec un accord de libre-échange nord-américain et aussi grâce à une libéralisation du régime commercial qui permettra aux producteurs mexicains de faire plus largement appel aux produits, à la formation et aux technologies de chez nous.

Le Mexique demeure un des principaux marchés d'exportations de lait écrémé en poudre (LEP) pour le Canada (63,1 millions \$ en 1990). Toutefois le Mexique tend vers l'autosuffisance d'ici 1994. On peut donc prévoir une baisse progressive d'importation de LEP mais le Canada est certes capable de conserver une bonne part du marché.

D'ailleurs, pour atteindre cette autosuffisance, le gouvernement mexicain importera quelque 150 000 vaches laitières au cours des quatre prochaines années. Quant aux bovins de boucherie, le Canada en a exporté en 1989 pour 2,8 millions \$ sur un marché potentiel de 82 millions \$.

Le Mexique est un marché très prometteur pour l'importation de porcs de race et hybrides de qualité. La viande de porc demeure frappée d'une taxe de 20% mais les bêtes de reproduction sont exemptées.

La demande mexicaine de coupes de boeuf de qualité supérieure pourrait par ailleurs contribuer à accroître les expor-

tations canadiennes.

Dans le domaine de la pomme de terre de semence, le potentiel d'exportation au Mexique est considérable. Le Canada a multiplié par onze ses exportations entre 1989 et 1990 (de 108 000 \$ à 1,26 millions \$). À long terme, les producteurs canadiens seront peut-être contraints de remplacer les variétés offertes pour répondre aux préférences des Mexicains. Parmi les variétés à chair jaune, Alpha est excellent vendeur.

Pour ce qui est des légumineuses: haricots colorés, lentilles et pois, la moyenne annuelle des importations mexicaines a été de 48,6 millions \$US. La part canadienne du marché est passée de 5,3 millions \$US en 1989 à 10,7 millions \$US en 1990. Ce marché, ne sera pas très actif en 1992.

Toutefois, les importations mexicaines d'aliments transformés et de boissons sont en forte croissance à cause de la réduction des tarifs douaniers et de l'augmentation des revenus personnels.

D'excellents débouchés s'offrent pour la vente de produits alimentaires canadiens spéciaux tels que les produits de boulangerie, les produits de la pomme de terre et de poisson congelés, les boissons alcooliques et l'eau de source. Le marché des produits de luxe dans l'industrie hôtelière et celle de la restauration est également en plein essor à cause de l'industrie touristique prospère.

Agriculture Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et Industrie, Sciences et Technologie Canada sont en mesure d'aider les associations agro-alimentaires à élaborer des stratégies d'exportation vers le Mexique.

Pour obtenir une copie de l'étude détaillée sur le marché agro-alimentaire du Mexique, communiquez avec Agriculture Canada, Édifice C.D. Howe, 240 rue Sparks, Ottawa, Ont. K1A 0C5. Tél.: (613) 993-6671; Télécopieur: (613) 995-0949.

Le secteur médical de Cuba est ouvert aux importations

Le secteur médical, en particulier celui de biotechnologie, compte parmi les trois priorités du plan de développement de Cuba. C'est ce qui ressort d'une note de service de l'ambassade du Canada à La Havane, fondée sur son étude révisée, intitulée *Medical Sector Profile in Cuba* (profil du secteur médical à Cuba), effectuée en décembre 1991. Les importations du secteur médical atteignent en moyenne 700 millions \$CAN par année.

En raison de l'interruption des relations commerciales avec les pays de l'Europe de l'Est et de l'ancienne Union soviétique, ainsi que de la limitation économique illégale au pays, la taille globale de ces programmes d'importation a été réduite.

Le statut prioritaire de la santé permet toutefois à ce secteur d'avoir accès à des fonds spéciaux en devises fortes, garantis par lettre de crédit irrévocable, pour importer les fournitures médicales essentielles.

En outre, les entreprises canadiennes qui exportent à Cuba peuvent tirer parti de l'assurance à l'exportation de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) aux termes de l'article 24 de la Loi sur l'expansion des exportations.

L'admissibilité à cette assurance de la SEE n'est accordée que par la Banque nationale de Cuba et le ministère du Commerce extérieur de ce pays, après avoir confirmé à la SEE

(Voir page 11, 12, 13, 14)

La santé est un secteur prioritaire à Cuba

(Suite de la première page.)

que le contrat représente une importation prioritaire. Le paiement à l'exportateur canadien s'effectue sur présentation des documents d'expédition à la banque canadienne de l'exportateur.)

Dans le secteur des soins médicaux, les importations prioritaires de Cuba comprennent les trousseaux et les réactifs de diagnostic, les produits pharmaceutiques, les produits vétérinaires, les contenants et les couvercles pour médicaments, le matériel médical jetable destiné aux hôpitaux, les instruments chirurgicaux et les fils de suture, les trousseaux médicales, les fraises dentaires et les matières premières pour les produits de biotechnologie.

Le secteur médical offre aussi la possibilité d'établir des accords de production coopérative et des entreprises conjointes avec des fabricants locaux, surtout en ce qui concerne les produits de biotechnologie ainsi que le matériel et les réactifs destinés aux hôpitaux. Fait à noter, à Cuba, les investisseurs sont autorisés à rapatrier les profits découlant de leurs investissements.

Il est possible d'obtenir plus d'information sur ces questions et d'autres sujets dans l'étude **Medical Sector Profil in Cuba**. On peut s'en procurer des exemplaires auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les exportateurs canadiens qui désirent faire des affaires avec Cuba dans le

McDonnell Douglas concède des licences de brevets

Le consulat général du Canada à Los Angeles avise les entreprises canadiennes qu'elles peuvent actuellement tirer parti de la nouvelle technologie et des possibilités de concession de licences de brevets offertes par les divisions de McDonnell Douglas Corporation dans le sud de la Californie.

McDonnell Douglas Electronic Systems à Santa Ana détient plusieurs brevets dans les domaines des circuits électroniques, des produits électroniques et de la soudure. Space Systems Division à Huntington Beach possède une liste de 17 brevets relatifs aux

fibres optiques, qui peuvent tous faire l'objet de concession de licences aux entreprises intéressées.

Les négociations concernant la concession de licences auront lieu au siège social de McDonnell Douglas, à St. Louis; on peut se procurer une liste complète des titres de brevets et des personnes-ressources auprès de M. Doug Paterson, délégué commercial ou de M. Jeff Gray, agent commercial, en s'adressant au consulat général du Canada, 300 S. Grand Ave., 10e étage, Los Angeles, Californie 90071, États-Unis. Télécopieur : (213) 620-8827.

Lignes de crédit SEE pour le Mexique et la Barbade

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a établi une ligne de crédit de 100 millions \$US avec Telefonos de Mexico (Telmex) et renouvelé celle de 5 millions \$ consentie à la Banque nationale de la Barbade.

Telmex est le principal fournisseur de services de télécommunications au Mexique. La société a été privatisée en 1990 avec le mandat de moderniser son infrastructure technologique.

Telmex s'engagera dans un ambitieux programme d'investissement.

Les exportateurs canadiens pourront continuer de proposer à leurs acheteurs de ces deux pays de se prévaloir de la lignes de crédit pour financer plus efficacement leurs transactions.

Pour plus de renseignements, communiquer avec un des bureaux régionaux de la SEE.

Numéros à noter

Les nouveaux numéros de téléphone et de télécopieurs de l'ambassade à La Havane sont les suivants : tél. : (011-53-7) 33-2516, 2517, 2527, 2752 et 2382. Télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

L'ambassade à Abidjan a maintenant deux nouveaux télécopieurs. Le numéro de la section commerciale est le 22-05-30.

secteur des soins médicaux devraient aussi communiquer avec le service commercial de l'ambassade du Canada, C.P. 500 (Havan), Ottawa K1N 8T7.

Tél. : (011-53-7) 33-2516/17/27. Télex : (code de destination 28) 51-1586 (CAN CU). Télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

AU CALENDRIER

SAINT-JEAN, T.-N. - 21 et 22 avril - **Seafood Outlook 92**, une conférence sur la mise en marché des fruits de mer qui s'adresse aux transformateurs et aux exportateurs. Des consultants, des professionnels du secteur de l'alimentation et des acheteurs internationaux y participent. Pour plus d'information, communiquer avec Paul Rose, tél. : (709) 772-5511; télécopieur: (709) 772-2373.

MONTREAL - 7 avril; **OTTAWA** - 8 avril; **VANCOUVER** - 10 avril : Séminaire sur l'exportation et le marketing des services aux États-Unis. Pour plus d'information, communiquer avec Margaret McNabb, AECEC, tél. : (613) 998-9441; télécopieur: (613) 990-9119.

OTTAWA - 28 avril - Début d'un cours en dix sessions à l'université Carleton sur l'histoire, la langue, la politique et la socio-économie du Moyen-Orient. Pour

plus de renseignements, communiquer avec le professeur Hassan M. Eltaher, tél. et télécopieur : (613) 825-1339

MONTREAL - 24 au 26 mai - Le Super Salon International de l'Alimentation (SSA International), à la Place Bonaventure. Pour plus d'information, communiquer (à Montréal) avec Mme Ginette Grisé, tél. : (514) 289-9669; ou (à Toronto) avec Mme Marlene Patterson, tél. : (416) 270-1624.

Publications

Exportations en Afrique du Sud

Le Canada a modifié sa politique sur les sanctions et les contrôles appliqués à l'exportation de produits stratégiques en Afrique du Sud. Pour obtenir une copie de l'*avis aux exportateurs #59* concernant ces modifications, communiquer avec la Direction du contrôle des exportations (KPE), Direction générale des licences d'exportation et d'importation, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, C.P. 481 Succ. A, Ottawa, Ont. K1N 9K6. Tél. : (613) 996-2387; télécopieur: (613) 996-9933; télex : 053-3745 ou avec **Info Export** : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa, 993-6435). Précisez le code #57XB

L'Inde de l'ouest

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada met à la disposition des exportateurs un guide du marché de l'Inde de l'ouest préparé par un consultant indépendant sous la direction du consulat du Canada à Bombay. On peut

se procurer un exemplaire de *Doing Business in India, a Western India Perspective* en communiquant avec la Division de l'expansion du commerce en Asie et le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7689; télécopieur : (613) 996-4309.

L'architecture s'exporte bien aux États-Unis

La construction non-résidentielle aux États-Unis a atteint 350 milliards \$ l'an dernier. Il s'agit d'un marché fort lucratif non seulement pour les grands bureaux d'architectes canadiens mais aussi pour les plus petits.

Une étude récente réalisée conjointement par la Division du développement du tourisme et du commerce avec les États-Unis et l'Institut royal d'architecture du Canada vise à favoriser les échanges de services en architecture entre les deux pays. L'étude porte spécifiquement sur les potentiels et dé-

bouchés qu'offrent Seattle et San Francisco. Elle s'intitule *Reviving America's Urban Cores : Downton and Waterfront Potentials in Seattle and San Francisco*.

Pour obtenir une copie de l'étude, communiquer avec Tim Kehoe, de l'Institut royal d'architecture du Canada, tél. : (613) 232-7165; télécopieur : (613) 232-7559.

Export Atout

Export Atout est une publication d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada qui dévoile quelques conseils provenant d'entreprises canadiennes qui ont réussi sur la scène internationale. Elle fait ressortir l'expérience acquise par des petites et moyennes entreprises qui représentent bien la plupart des secteurs et des marchés. *Export Atout* est disponible auprès d'**Info Export** : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa, 993-6435), sous le numéro de code 69TF.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec **Info-Export** au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Vol. 10 N°5

16 mars 1992

Dept. of External Affairs
Affaires extérieures
1992

80 millions \$ pour un projet agricole au Brésil

Le processus d'approvisionnement relatif à un projet de modernisation de la technologie agricole de 80 millions \$US (PROMOAGRO), financé par la Banque interaméricaine de développement, doit commencer au cours des quelques prochains mois et les entreprises canadiennes qui agissent rapidement peuvent participer à l'appel d'offres lancé à l'échelle internationale.

La portion en devises étrangères (67,5 millions \$) du projet servira à acquérir, entre autres, des produits et des services d'une valeur d'environ :

- 27 millions \$ pour l'achat de machines et de matériel — tracteurs, moissonneuses, épandeurs d'engrais, matériel de pulvérisation de pesticides, matériel d'irrigation et de drainage, matériel de laboratoire — centrifugeuses, spectromètres, microscopes, chromatographes, phytomètres, matériel audiovisuel, matériel pour systèmes informatiques — serveurs, terminaux, imprimantes, lecteurs, câblage, meubles et matériel divers.

- 10,3 millions \$ pour la formation à l'étranger — afin de permettre à 83 employés d'obtenir des doctorats dans certains domaines de spécialisation dans des universités à l'étranger.

- 5 millions \$ pour l'acquisition de services de consultation à l'étranger — dans les quatre domaines principaux de la technologie de pointe et de la biotechnologie, des systèmes d'information, de la conservation du sol et la protection des plantes, et du développement d'établissements.

(Voir page 2 : Projet.)

Série d'ateliers sur les contrats financés par la Banque asiatique de développement

«Comment préparer de bonnes soumissions pour des projets et des contrats d'aide technique financés par la Banque asiatique de développement (BAD)», tel est le sujet des ateliers offerts à Calgary, Montréal, Toronto et Vancouver entre le 30 mars et le 10 avril.

Ces ateliers visent à aider les experts-conseils, les entrepreneurs et les manufacturiers qui œuvrent à l'échelle internationale à préparer des soumissions complètes et compétitives pour améliorer leurs chances de décrocher des contrats financés par la BAD.

Les entreprises canadiennes ont souvent raté de bonnes occasions lors des appels d'offres de la BAD. Elles sont dans la plupart des cas compétitives mais une mauvaise compréhension des normes les fait échouer.

Ces ateliers devraient permettre de rectifier cette situation et d'effectuer de meilleures percées auprès de la BAD, qui en 1991, s'est engagée à accorder des prêts d'environ 5 milliards \$US pour la promotion du développement économique et social dans la région de l'Asie et du Pacifique.

L'an dernier, la BAD a aussi dépensé plus de 3 milliards \$US pour l'achat de produits et services dans le cadre d'appels d'offres auxquels peuvent participer les entreprises canadiennes.

La BAD administre aussi un programme d'aide technique pour les experts-conseils, qui, s'ils sont choisis ont la chance de se faire valoir auprès d'importants organismes.

Au cours de la première journée du programme, à Montréal, Toronto et Vancouver, M. Ronald Chan, analyste-conseil principal à la BAD, et M. Benny

Kwong, spécialiste principal des achats (Direction centrale des projets) animeront simultanément des ateliers séparés à l'intention des experts-conseils et des fournisseurs de matériel sur la préparation de soumissions relatives aux contrats financés par la BAD.

À Calgary, l'atelier animé par M. Kwong portera sur les achats. M. Anthony Burger, directeur exécutif pour le Canada à la BAD à Manille, et M. Robert Shaw-Wood, agent de liaison du Canada avec la BAD à l'ambassade du Canada aux Philippines, seront présents à tous les ateliers.

Le deuxième jour de chaque atelier, les participants auront la possibilité de discuter en privé avec des cadres de la BAD des exigences précises des appels d'offres.

Voici les responsables des ateliers :

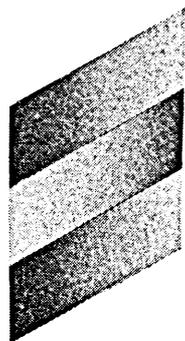
- Calgary — 30-31 mars (M. Gerald Milot, Centre de commerce international. Tél. : (403) 292-6409. Télécopieur : (403) 292-4578).
- Montréal — 2-3 avril (M. Claude Blais, Centre de commerce international. Tél. : (514) 283-7856. Télécopieur : (514) 283-8794).
- Toronto — 6-7 avril (Mme Alice Lam, Société internationale de

(Voir page 2 : La BAD.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Le potentiel des secteurs aux États-Unis	4-5
Pleins feux sur l'environnement ..	6
Salons et missions en Europe ..	8-10

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Posez votre candidature pour le Prix Canada pour l'excellence en affaires

Les entreprises canadiennes qui désirent poser leur candidature pour le Prix Canada pour l'excellence en affaires ont jusqu'au 8 avril pour le faire.

Le concours est ouvert à tous les types d'entreprises quelle que soit leur envergure. Jusqu'à trois lauréats seront choisis dans les catégories suivantes : entrepreneurship, environnement, design industriel, innovation, marketing, petite entreprise et qualité totale.

Le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du

Commerce extérieur, M. Michael Wilson a rappelé que le Prix en est à sa neuvième édition et que les lauréats sont d'excellents exemples de la capacité des entreprises canadiennes à soutenir la concurrence internationale, si vive soit-elle.

Pour en savoir davantage ou pour obtenir un formulaire de candidature, communiquer avec Dominique Veilleux (613) 954-4083 ou avec tout bureau régional d'Industrie, Sciences et Technologie Canada.

Projet agricole au Brésil

(Suite de la première page.)

- 3,5 millions \$ pour la production technique, engrais, pesticides, herbicides, médicaments et sels minéraux pour animaux, semences, matériel de laboratoire en verre et réactifs.
- 6 millions de dollars pour la construction.

L'organisme chargé de l'exécution du projet est l'Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). La négociation des contrats avec les experts-conseils sera effectuée par l'Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (IICA).

Les parties intéressées qui désirent obtenir d'autres renseignements peuvent communiquer avec M. Sven Blake,

Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

Pour obtenir des détails supplémentaires ou de l'aide pour déterminer les personnes-ressources et se procurer les documents d'appel d'offres, contacter le service commercial du consulat général du Canada à Sao Paulo (Brésil). Tél. : (011-55-11) 287-2122/287-2234/287-2601/287-2176. Télex : (code de destination: 38) 23230 (CCAN BR). Télécopieur : (011-55-11) 251-5057.

WIN Exports la clé du succès

Trouver des filons pour exporter est une des meilleures clés du succès d'une entreprise. Le programme WIN Exports, géré par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aide les entreprises à multiplier les contacts à l'étranger.

Chaque année, les 1200 délégués commerciaux du Canada reçoivent plus de 100 000 demandes d'information de la part d'acheteurs étrangers. Ils utilisent la banque de données WIN Exports pour se renseigner sur les produits et services offerts par les entreprises canadiennes. Les informations sont utilisées exclusivement par les services commerciaux du ministère.

Pour recevoir le questionnaire d'inscription, il suffit de communiquer avec Info Export, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (BPTE), 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : 1 800 267-8376. (région d'Ottawa) 993-6435. Télécopieur : (613) 996-9709. Préciser le numéro de code 50TB.

La Banque Asiatique de développement

(Suite de la première page.)

l'Ontario. Tél. : (416) 314-8251. Télécopieur : (416) 314-8222.

• Vancouver — 9-10 avril (M. Don Cameron, Centre de commerce international. Tél. : (604) 666-1436. Télécopieur : (604) 666-8330).

Pour obtenir plus d'information, communiquer avec Mme Eileen Durand, Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-0959. Télécopieur : (613) 996-4309.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamorsé
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une entreprise établie dans ce pays désire entrer en contact avec des fabricants canadiens de groupes motopropulseurs pour camions lourds, de tambours d'embrayage, de transmissions, d'arbres de transmission, de prises de force, de différentiels, de systèmes de suspension, de systèmes de freinage et d'essieux. Afin d'étendre sa ligne de produits, la société tiendra compte de toutes les pièces de camions et de remorques qu'une entreprise peut offrir. Communiquer avec David Wright, Manager, Parts Division, TRT Transport Centre, P.O. Box 10-076, Te Rapa, Hamilton, Nouvelle-Zélande. Télécopieur : 64-7-849-3628.

PAYS-BAS - Une entreprise établie à

La Haye désire étendre sa gamme de produits relatifs aux radios mobiles privées; elle recherche des informations auprès de fournisseurs canadiens ainsi qu'une radio portative dont les caractéristiques sont les suivantes : 146-178 MHz et 440-470 MHz; deux canaux : 20/25/12.5 kHz; 2-8 MHz; -25/+60 temp; IP 54; simplex ou semi-simplex; 0,1-1 watt réglable; signal à cinq tonalités ZVEI; séquence à cinq tonalités codeur-décodeur avec répartiteur intermédiaire; accusé de réception d'appels; appel d'urgence; signal permissif acoustique et optique; codage d'une ou de deux tonalités uniques; appel de groupe collectif - dispositif silencieux à commande par tonalités. Communiquer avec M. Voorsluis, Room St 914, PTT Telecom BV. Mobile Division, P.O. Box 30150, The Hague, Netherlands.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entre-

prise d'ingénierie établie recherche des partenaires ou du capital afin d'étendre ou de diversifier sa capacité de production. Les produits principaux de la société sont les moules (thermoplastique, fonte d'aluminium, métal non ferreux, moulage par pression), les foreuses, les fraiseuses, les enduiseuses et des instruments de mesure pour aléseuses. Communiquer avec Pavel Buzek, Marketing Manager, Lada a.s. Sobeslav, 377 81 Jindrichuv Hradec, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042) 331 23091. Télécopieur : (0042) 331 26623.

POLOGNE - Un manufacturier de cisailles à guillotine et de presses hydrauliques et mécaniques recherche un partenaire commercial ou des investisseurs. Communiquer avec P. Faruga, directeur général, PLAOMAT, 02-468 Varsovie, ul, Technikow 40. Télécopieur : 4822/238-083. Télex : 813693 fpa pl.

Appels d'offres du gouvernement américain

Cette liste d'appels d'offres fut publiée dans le Volume 10, numéro 1 du 15 janvier dernier. Depuis lors les numéros de téléphone et les responsables ont été changés, de même que les délais de présentation.

Instruments et matériel de laboratoire - composantes électriques et électroniques et matériel de mise à l'essai. Valeur prévue du contrat: 300 millions \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 25. Date de la prochaine période de soumission: mars 1992. No du projet: 66 II. Renseignements: GSA Office and Scientific Equipment Commodity Center, Novelene Burns, Tél.: (703) 305-6201.

Machines industrielles spéciales - plaques d'impression lithographiques, solutions et originaux: matériel d'im-

pression, de reproduction et de reliure: machines de pulvérisation, de trituration et de broyage. Valeur prévue du contrat: 108 634 000 \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 30. Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission: juin 1992. No du projet: 36 II. Renseignements: GSA Office Equipment Commodity Center, Linda Dogan, tél.: (703) 305-5994; ou Marg Lyddane, tél.: (703) 305-6591.

Instruments et matériel de laboratoire - systèmes d'analyse chimique du sang: pipettes de dilution ou systèmes de pipettage. Valeur prévue du contrat: 260 millions \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 30. Date de la prochaine période de soumission: mars 1993. No du projet: 66 II A. Renseignements: GSA Office and

Scientific Equipment Commodity Center, Oscar Watson. Tél.: (703) 305-5954.

Meubles ménagers rembourrés - Valeur prévue du contrat: 200 000 \$. Nombre de vendeurs pour le projet actuel: 36. Date du prochain appel d'offres ou de la prochaine période de soumission: avril 1992. Renseignements: GSA Furniture Commodity Center, Jimmy Reid, tél.: (703) 305-6221.

Pour se renseigner sur les possibilités qu'offre le gouvernement fédéral des États-Unis quant aux contrats relatifs à d'autres produits, ou pour informations générales, s'adresser à Mme Judith Bradt, ambassade du Canada à Washington, D.C. Tél.: (202) 682-7746. Télécopieur: (202) 682-7619.

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une deuxième partie. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

AEROSPATIAL ET SPATIAL

Agent : K. Barnaby
Tél.: (613) 991-9481

Les États-Unis pourraient juger nécessaire de disposer de forces d'intervention instantanée plus importantes et d'une quantité accrue de matériel aérien pour le transport. Le département américain de la Défense qui, jusqu'à maintenant, a mis l'accent sur certaines catégories d'appareils et certains types de missions pourrait modifier ses objectifs dans les prochaines années pour adapter le marché de la défense aux nouvelles situations. Le marché américain de l'aviation civile demeure encourageant.

La majeure partie du budget de la NASA (13,4 milliards \$US pendant l'exercice 1991) est allée aux entrepreneurs principaux, le reste étant attribué aux petites entreprises et à d'autres organisations protégées. Les trois plus grandes installations du domaine spatial, le Marshall Space Flight Center (Alabama), le Johnson Space Flight Center (Texas) et le Goddard Space Flight Center (Maryland) se partagent plus de 60% du budget d'achats de la NASA. Les entrepreneurs principaux de la Californie, du Texas et de la Floride se partagent plus de 80% des marchés publics en ce domaine.



FABRICATION DE MATÉRIEL AUTOMOBILE

Agent : A. McBride
Tél.: (613) 993-5149

L'industrie des véhicules et des pièces automobiles est l'un des plus importants secteurs de l'économie américaine. Son chiffre d'affaires en 1989 était d'environ 215 milliards \$, soit 4,1% du PNB total du pays, qui s'établissait à 5,2 billions \$ la même année. La lutte pour se partager le marché et les nouvelles importations ont contribué au souci de la qualité, à l'introduction de nouveaux produits et au raccourcissement des cycles de mise au point. L'industrie américaine a investi 11,7 milliards \$ dans la création de nouvelles usines et de nouveaux équipements en 1990 de façon à améliorer sa position concurrentielle.

On s'attend à ce que les ventes d'automobiles continuent à baisser au début de 1991, poursuivant ainsi un déclin commencé en 1989. Les ventes devraient cependant re-

monter vers la fin de l'année pour atteindre un total de 9,3 millions de véhicules. Pour 1992, on prévoit des ventes de 9,7 millions de véhicules. Les ventes de camions au détail devraient atteindre 4,720 millions de véhicules en 1991 et passer à 4,770 millions en 1992.



LES PIÈCES DE RECHANGE

Agent : A. McBride
Tél.: (613) 993-5149

En 1992-1993, on prévoit que le sous-secteur des pièces de rechange connaîtra une croissance modérée après une longue période d'instabilité économique. Pour tenir compte de la place croissante occupée par les fournisseurs asiatiques sur le marché de l'automobile, le sous-secteur canadien des pièces de rechange a dû procéder à certains changements.

Les fabricants doivent modifier leurs produits pour en assurer la compatibilité avec les véhicules importés. Étant donné que les consommateurs américains fondent principalement leurs décisions d'achat sur la qualité, la fiabilité et le prix des produits, il existe d'importants débouchés pour les fabricants canadiens sur le marché américain.



L'INDUSTRIE DU VÊTEMENT

Agent : N. Peacock
Tél.: (613) 991-9476

Le marché américain du vêtement a connu une année difficile en raison d'une diminution de 4,5% des ventes intérieures. Bien que les dépenses des consommateurs aient augmenté de un pour cent, ce sont les producteurs et les importateurs d'Asie qui en ont bénéficié. La reprise si longtemps attendue ne s'est pas manifestée, et la plupart des fournisseurs se sont contentés de survivre tout simplement. Au niveau du commerce de détail, on continue à ne stocker que le minimum de marchandises, ce qui a provoqué une augmentation de 20% du nombre de fabricants et de détaillants qui ont recours au système d'intervention rapide. Par ailleurs, les acheteurs et les vendeurs utilisent de plus en plus le système d'échange électronique de données.

On prévoit qu'en 1992 les ventes au détail de vêtements vont connaître une croissance de 5 à 6%. Cela devrait

favoriser le groupe des gens âgés de 40 à 50 ans bénéficiant de revenus suffisants, donc correspondre à une demande accrue pour les articles à prix moyens ou haut de gamme.

Bien que New York demeurera le grand centre des achats de vêtements, les exportateurs canadiens ne devraient pas négliger les autres secteurs géographiques car on assiste à une augmentation du volume des achats dans certaines régions, surtout dans le Midwest et le Sud-Ouest des États-Unis.



PRODUITS CHIMIQUES

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

L'industrie du traitement des hydrocarbures prévoit qu'en 1992 on réalisera à l'échelle mondiale 2 907 projets d'investissement, soit une augmentation de 341 par rapport à 1990. Les États-Unis compteront 446 projets (57 de plus) et le Canada 123 (25 de plus). Les dépenses en capital en matière d'équipement, de matériaux et de services sont directement proportionnelles aux activités annuelles dans le domaine de la construction. Sur le plan mondial, on estime que les budgets des investissements, d'entretien et d'exploitation totaliseront 126,6 milliards \$US en 1991, soit une augmentation de 9,1 milliards \$ par rapport à 1990. Sur ce total, la part des États-Unis sera de 33,4 milliards \$ (26%).

Les fournisseurs américains et étrangers se partagent l'approvisionnement de l'industrie américaine du traitement des hydrocarbures. Les produits les plus en demande sont les pompes, la robinetterie, les échangeurs thermiques, les compresseurs, la tuyauterie, les instruments et l'appareillage électrique. Il existe aussi d'importants débouchés du côté des pièces de rechange pour les puits, des matériaux de construction et d'un vaste éventail de services techniques.



LES INDUSTRIES DE LA CULTURE

Agent : D. Shaw
Tél.: (613) 991-9474

En raison de la faiblesse de l'économie américaine, les ventes des éditeurs de livres n'ont pas dépassé les 16 milliards \$ en 1990. On prévoit qu'en 1991 les ventes augmenteront de 8% pour s'élever à 17,3 milliards \$. En 1990, les importations de livres aux États-Unis ont atteint 880 millions \$ (en hausse de 10%) et les exportations 1,4 milliard \$.

Sur le plan démographique, les tendances économiques et technologiques devraient aider le marché américain de l'édition à réaliser une croissance moyenne de 3,5% en dollars constants jusqu'en 1995. Les inscriptions dans les écoles élémentaires et secondaires devraient s'élever de

trois millions, ce qui devrait se traduire par une amélioration des ventes de livres scolaires et de livres d'enfants. Dans le secteur du livre commercial, les ventes devraient profiter de la formation de plus de six millions de ménages et du passage de dix millions de personnes dans le groupe de gens âgés de 35 à 54 ans qui bénéficient d'un revenu élevé et qui lisent beaucoup. Il se peut que les ventes des ouvrages du niveau universitaire et des ouvrages techniques, scientifiques et professionnels n'augmentent pas aussi rapidement puisque l'on ne prévoit pas d'augmentation du nombre d'inscriptions dans les universités.

Le marché américain du cinéma et de la vidéo semble se stabiliser après des années d'expansion. La valeur combinée des recettes des salles de cinéma et des locations de vidéos devrait cependant atteindre au maximum 15 milliards \$ en 1991. Le marché se montre toujours aussi vorace.

Le marché américain des arts d'interprétation est virtuellement sans limites, mais dominé par des entreprises qui cherchent surtout à satisfaire les goûts du grand public. Le caractère envahissant de la culture populaire américaine tend à masquer le fait qu'il existe des marchés lucratifs pour les arts d'interprétation plus raffinés dans pratiquement chaque région des États-Unis.

On prévoit que le taux de croissance du secteur de l'enregistrement sonore se stabilisera autour de 5% par an au cours des prochaines années et que ce seront les ventes des disques compacts et des cassettes préenregistrés qui viendront en tête.



LES PRODUITS DU BOIS TRANSFORMÉS

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

En 1990, les expéditions américaines de produits du bois transformés atteignaient 9,5 milliards \$, soit une baisse de un pour cent par rapport à l'année précédente. Depuis 1986, année où le nombre de mises en chantier a commencé à diminuer, le marché de la réparation et de la rénovation est devenu un élément de plus en plus important de la demande américaine.

Les portes en bois, le groupe de produits ayant enregistré la plus forte demande, constituaient 30% de l'ensemble des expéditions dans ce secteur, suivies des fenêtres en bois, 26%, et des moulures en bois, 14%. Parmi les autres groupes de produits d'importance, citons les escaliers et autres éléments en bois, les volets et persiennes en bois et les menuiseries extérieures telles que les colonnes et traverses de vérandas. Le Canada fournit aux États-Unis 24% et 7%, respectivement, de leurs importations totales de portes et de fenêtres en bois. Le Canada a également commencé à exporter sur ce marché des portes de conception nouvelle (portes moulées) qui offrent une haute efficacité énergétique et requièrent peu d'entretien.

Foires, missions et séminaires sur l'environnement

Pour les entreprises canadiennes, une excellente façon de promouvoir leurs technologies, leurs produits et leurs services dans le domaine de l'environnement aux États-Unis, est de participer aux foires commerciales, aux missions, aux séminaires et aux ateliers.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) et en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, favorise la participation de sociétés canadiennes à ces manifestations dans le but de les aider à explorer les débouchés dans le domaine de l'environnement sur le marché américain.

Voici une liste d'activités choisies dont les entreprises canadiennes pourraient tirer parti. (La première partie de la liste à été publiée dans CanadExport, vol. 10, n° 4, 2 mars 1992).

FOIRES COMMERCIALES

• **World Recycling Conference and Exposition** — Chicago — 2 au 4 juin 1992 — Foire commerciale (à laquelle le Canada aura un kiosque d'information) qui compte 110 exposants. Elle comporte des systèmes et des produits servant à la collecte, à la manutention et au traitement des matériaux recyclables. On y présente aussi des poubelles, des camions, des lacérateurs, des presses à balles, du matériel de concassage et des produits recyclés. Les participants sont notamment des cadres locaux dans le domaine des travaux publics, des gérants de restaurants et d'institutions, des experts-conseils et des ingénieurs.

• **Solid Waste Association of North America** — 3 au 6 août 1992 — Tampa — Foire commerciale nationale où 250 fabricants et distributeurs exposent du matériel de manutention de déchets solides, des camions et des carrosseries, des compacteurs de décharges, des incinérateurs et des services de consultation.

• **Water Environment Federation/ Water Pollution Control Federation**

— 20 au 24 septembre 1992 — New Orleans — Foire commerciale nationale qui compte 300 exposants. Elle comporte du matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles ainsi que du matériel de manutention, de traitement et d'élimination des déchets dangereux.

• **9th Annual New Jersey Environmental Expo** — Edison (New Jersey) — 19 au 21 octobre 1992 — Salon régional qui compte 250 exposants. Ce salon présente des services et du matériel environnementaux pour la gestion des déchets solides, la gestion des ressources hydrauliques, l'évaluation de l'environnement, le contrôle de la pollution atmosphérique et la remise en état des sites. L'exposition attire 3000 visiteurs de l'industrie, des municipalités, des États et des autorités fédérales

• **Hazardous Materials Management Conference (HazMat West)** — Long Beach (Californie) — 10 au 12 novembre 1992 — Foire commerciale qui compte 525 exposants. On y trouve du matériel de manutention, de traitement, d'entreposage et de transport de matières et de déchets dangereux.

• **Lower Great Lakes Waste and Recycling Expo** — Buffalo — 13 et 14 novembre 1992 — Salon régional qui compte 165 exposants. Il se tient en conjonction avec des réunions d'associations régionales sur l'environnement et met l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets publics et privés ainsi qu'au recyclage. Toutefois, des sociétés de presque chaque secteur exposent leurs produits et services. Des ingénieurs de municipalités et d'usines, des professionnels de l'environnement, des directeurs de travaux publics, des responsables de la gestion des déchets solides ainsi que des professionnels du gouvernement fédéral, des États et des municipalités y participent.

• **Hazardous Materials Control (HazMat'92)** — Washington, DC — Novembre 1992 — Foire commerciale nationale qui compte 480 exposants. Elle comporte des systèmes et des ser-

vices pour la collecte, le confinement et l'élimination des matières toxiques et dangereuses produites par les procédés municipaux et industriels.

• **Petro-Safe 93** — Houston (Texas) — Janvier 1993 — Conférence internationale qui compte 110 exposants. Elle porte sur le matériel de détection, de traitement et d'élimination des matières dangereuses, sur la prévention des incendies et le matériel de lutte contre les incendies, les systèmes de confinement et de nettoyage des déversements de pétrole ainsi que sur le matériel d'incinération. Des acheteurs venant d'organismes fédéraux des États-Unis, des experts-conseils dans le domaine de l'environnement, des ingénieurs de raffineries et du personnel d'intervention en cas d'urgence seront sur les lieux.

• **Hazardous Materials (HazMat Central)** — Chicago — Avril 1993 — Foire commerciale nationale qui compte 160 exposants. Elle porte sur la gestion des matières dangereuses et attire des fabricants, des fournisseurs, des ingénieurs ainsi que du personnel gouvernemental et environnemental.

MISSIONS

• **Mission à la Biotechnology and Waste Treatment Conference** — Grand Rapids (Michigan) — 15 et 16 septembre 1992 — De 10 à 15 entreprises canadiennes rencontreront des professionnels de l'environnement afin de discuter de la gestion des déchets industriels et du bioredressement.

• **Mission à la Conférence sur l'environnement de l'État de Pennsylvanie** — Harrisburgh — Octobre 1992 — L'événement attire environ 1500 acheteurs (agents d'émission de permis, autorités municipales chargées des eaux usées et des égouts, urbanistes, etc.) désirant s'informer sur le savoir-faire canadien dans les domaines de la pollution et de la gestion des déchets ainsi que des technologies de recyclage et de nettoyage.

• **Mission des Nouveaux exportateurs**
(Voir page 7: L'environnement.)

L'environnement

(Suite de la page 6.)

aux États frontaliers (NEEF) vers les Grands lacs inférieurs et exposition sur le recyclage — Buffalo — 10 et 11 novembre 1992 — On y mettra l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets et au recyclage public et privé; des sociétés de presque tous les secteurs seront invitées à rencontrer des ingénieurs municipaux et d'usines, des professionnels de l'environnement, des directeurs dans les secteurs des travaux publics et des déchets solides, ainsi que des cadres du gouvernement fédéral, des États et des autorités locales.

• **Mission des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) dans le domaine des eaux usées industrielles — Pittsburgh — Automne 1992** — Les entreprises spécialisées dans le matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles et dans les services technologiques connexes rencontreront des ingénieurs de l'industrie environnementale, des autorités municipales dans le domaine des eaux et d'autres professionnels de l'ouest de la Pennsylvanie et du nord de l'Ohio.

• **Mission reliée aux produits et services environnementaux — Boston — Automne 1992** — Les sociétés dans ce domaine rencontreront des représentants de fabricants, des distributeurs, des experts-conseils et des organismes de réglementation locaux.

Les personnes qui désirent participer à l'une ou à plusieurs de ces activités et qui veulent obtenir d'autres informations devraient contacter M. Donald Marsan, Direction de la promotion du tourisme et du commerce avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

Les personnes qui désirent proposer d'autres manifestations susceptibles de profiter à l'industrie environnementale au Canada peuvent aussi s'adresser à M. Marsan.

L'industrie forestière néo-zélandaise offre d'intéressants débouchés

La Nouvelle-Zélande possède la plus grande surface de forêt plantée au monde (1,2 million d'hectares). Selon le rapport *New Zealand - Forestry Sector Report*, de récentes mesures fiscales ont favorisé un reboisement massif. Le pays s'est ainsi assuré un approvisionnement en bois tout en protégeant la forêt naturelle.

Il en découle que les compagnies forestières effectuent des coupes plus importantes et plus soutenues. Les entrepreneurs responsables des coupes ont besoin d'améliorer leur machinerie et d'en acheter de la nouvelle. Les manufacturiers canadiens de machinerie forestière sauront trouver d'intéressants débouchés auprès d'eux.

Au cours des trois dernières années, l'industrie forestière a investi quelque

1,5 milliard \$ pour la modernisation ou la construction d'usines. Les investissements étrangers sont nombreux. Au cours des prochaines 15 années, l'industrie prévoit construire une ou deux usines de pâte, deux ou trois usines de papier, deux usines de panneaux particules et au moins 15 scieries.

Les manufacturiers canadiens d'équipement de scieries trouveront là aussi de bons débouchés.

Pour obtenir plus d'information et une copie de l'étude sur le marché forestier en Nouvelle-Zélande, communiquer avec Richard Pennick, division commerciale, consulat du Canada, C.P. 6186, rue Wellesley, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (09) 390-3690; télécopieur : (09) 307-7111; télex: NZ21645

L'Australie réduit ses droits sur les textiles, les vêtements et les chaussures

Les exportateurs canadiens de textiles, de vêtements et de chaussures trouveront dorénavant plus facile d'exporter ces produits en Australie suite à une réduction progressivement des droits à l'importation.

En 1986, les droits à l'importation sur certains des produits de ce secteur étaient d'environ 80%. Voici les droits prévus pour ces produits au cours des prochaines années :

Année (1 ^{er} juillet)	Vêtements	Chaussures	Tissu tissé	Autre tissu
1990	55	5	40	35
1992	51	41	37	32
1994	43	33	31	27
1996	37	27	25	23
1998	31	21	19	19
2000	25	15	15	15

Les contingents visant ce secteur seront aussi éliminés d'ici 1996.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'accès au marché australien, communiquer avec M. Ray Buciak de la Direction de l'expansion du commerce en Asie et dans le Pacifique Sud, à AECEC. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

En 1991, le SAA International a compté plus 350 exposants et attiré plus de 14 500 visiteurs professionnels.

Pour plus d'information, communiquer (à Montréal) avec Mme Ginette Grisé, tél. : (514) 289-9669; ou (à Toronto) avec Mme Marlene Patterson, tél. : (416) 270-1624.

Foires, salons, expositions et missions

Voici, en ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1992-1993.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle où plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte.

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions sont constituées soit d'exportateurs canadiens (MVE), ou d'acheteurs potentiels de l'étranger (MEA). Pour obtenir plus d'information sur ces événements ou sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél.: (613) 996-5554. Télécopieur: (613) 995-6319.

PRODUITS AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

- Programme de promotion des produits alimentaires canadiens - R.-U. - Mai 1992. Agriculture, pêcheries et produits alimentaires.
- Foire agricole d'Ungskuet - Herning (Danemark) - 24 au 27 juin 1992. Bétail de reproduction, sperme et embryons. (KI)
- Royal Agricultural Show - Stoneleigh (R.-U.) - 6 au 9 juillet 1992. Bétail, cultures fourragères. (KIE)
- SIAL (Salon international de l'alimentation) - Paris (France) - 25 au 29 oct. 1992. Produits alimentaires et de la pêche. (KIE)
- SPIRAL - Milan (Italie) - Oct. 1992. Spécialités alimentaires et boissons. (KIE)
- AGROTICA - Salonique (Grèce) - Février 1993. Salon annuel de produits agricoles, incluant les semences, les pommes de terre, les fèves soya, le sperme de bétail et des services d'amélioration des troupeaux, ainsi que des produits forestiers. (KI)
- SIA - Salon agricole international. Paris (France) - 1er au 8 mars 1993
Bétail de reproduction. (KIE)
- Mission d'acheteurs de produits alimentaires venant de l'étranger - Quatre à six emplacements partout au Canada - Printemps 1993. Produits alimentaires transformés. (MEA)

PRODUITS CHIMIQUES ET PÉTROCHIMIQUES

- K-92 - Dusseldorf (Allemagne) - 29 oct. au 5 nov. 1992. Plastique, caoutchouc et machines. (SN)

PRODUITS DE CONSTRUCTION ET SERVICES

- Mission de l'étranger dans le domaine de la construction de logements. Ontario et Québec - Oct. 1992. Produits de l'habitation et économie d'énergie. (MEA)
- BAU 93 - Munich (Allemagne) - 19 au 24 janv. 1993. Produits de construction. Partenariat (kiosques d'information) avec le COFI et le BPIP. (KI)
- Construction - Turquie 93 - Istanbul (Turquie) - Janv. 1993. Construction et matériaux de construction. (KI)
- BATIBOUW - Bruxelles (Belgique) - Fév. 1993. Produits en bois et matériaux de construction à valeur ajoutée. (KIE)

PRODUITS DE CONSOMMATION

- Mission de groupe d'acheteurs au détail - Londres et West Midlands (R.-U.) - Avril 1992. Vêtements, articles de sports, produits et outils de bricolage.
- Mission à l'étranger dans le domaine des marchés pour produits grand public - Pays scandinaves - Avril 1992. Produits grand public. (MVE)
- TEXITEC - Lyon (France) - 23 au 25 juin 1992. Produits textiles (KI)
- ISPO (automne) - Munich (Allemagne) - 1er au 4 sept. 1992. Articles et vêtements de sport. (KIE)
- Salon du livre de Francfort - Francfort (Allemagne) - 30 sept. au 5 oct. 1992. Livres. (KIE)
- ORGATEC - Cologne (Allemagne) - 22 au 27 oct. 1992. Foire de matériel et de systèmes de bureau (KIE)
- London Int'l Boatshow - Londres (R.-U.) - 7 au 17 janv. 1993. Loisirs nautiques. (KIE)
- Harrogate International Toy Fair - Harrogate (R.-U.) - 11 au 16 janv. 1993. Jouets, jeux, produits de Noël (KIE)
- DOMOTECHNICA - Cologne (Allemagne) - 16 au 19 fév. 1993. Appareils et matériel ménagers (KIE)
- ACAS - Mission de l'étranger à Montréal - Fév. 1993. Articles de sport. (MEA)
- Acheteurs d'articles de sport l'étranger en visite à l'Association canadienne d'articles de sport (ACAS) - Montréal (Québec), Canada - Fév. 1993. Articles de sport. (MEA)
- ISPO (printemps) 93 - Munich (Allemagne) - 4 au 7 mars 1993. Articles de sport, y compris les vêtements d'hiver. (SN)
- Int'l Hardware Fair 93 - Cologne (Allemagne) - 7 au 10 mars 1993
Outils, serrures et raccords, matériaux de construction et de

Europe de l'Ouest en 1992 et 1993

bricolage. (SN)

• **IGEDO** - Dusseldorf (Allemagne) - mars 1993. Mode et vêtements. (KIE)

PROGRAMMES DE DÉFENSE, PRODUITS ET SERVICES CONNEXES

• **Mission** de l'étranger dans le domaine du matériel de défense - Montréal, Ottawa, Toronto, Vancouver - Avril 1992. L'accent est mis sur la coopération dans le domaine de la technologie de simulation et des retombées industrielles reliées aux achats du MDN. (MEA)

• **Mission** de manufacturiers de produits de défense de pointe dans le centre et le nord de l'Italie - Avril 1992. Produits de défense. (MVE)

• **Exposition** internationale de produits de défense et de matériel de protection chimique. Stocholm (Suède) - 8 au 12 juin 1992

Produits de défense, matériel de protection. (KI)

• **ILA 92** - Berlin (Allemagne) - 15 au 21 juin 1992. Composantes électroniques; matériel de mesure et d'essai. (KIE)

• **Farnborough Air Show** - Farnborough (R.-U.) - 6-13 sept. 1992. Aérospatiale et défense. (KI)

• **Expoprotection/Exposécurité** - Paris (France) - 8 au 11 sept. 1992. Produits de protection et de sécurité. (KI)

• **Defendory 92** - Pirée (Grèce) - 6 au 10 oct. 1992. Matériel militaire, défense sous-marine, systèmes de soutien marin et aérien. (KIE)

• **Mission** à l'étranger dans les domaines de la recherche, du développement et de la production de matériel de défense - Oslo (Norvège) - Oct. 1992. Défense. (MVE)

• **Mission** dans le domaine de l'industrie océanologique - France - Oct. 1992. Océanologie. (MVE)

• **Electronica 93** - Munich (Allemagne) - 10 au 14 novembre, 1992. Composantes électroniques. (SN)

• **Sécurité 92** - Essen (Allemagne) - 17 au 20 nov. 1992. Produits et technologie de sécurité. (KIE)

• **SEGUREX** - Lisbonne (Portugal) - Janv. 93. Sécurité au foyer, alarmes d'incendie, nettoyage de déversement de pétrole, sécurité au travail. (KI)

ÉDUCATION, PRODUITS MÉDICAUX, DE LA SANTÉ ET SERVICES

• **Salon du livre pour enfants de Bologne** - Milan (Italie) - 8 au 11 avril 1992. Salon du livre pour enfants. (SN)

• **INTERMEDICA** - Technologie médicale - Paris (France) - Avril 1992. Produits de soins médicaux. (KI)

• **Health Care 92** - Birmingham (R.-U.) - 16 au 18 juin 1992. Matériel et instruments d'hôpitaux et médicaux. (KIE)

• **Missions** de spécialistes de la bioreconnaissance à la Conférence internationale de biotechnologie. - Montréal, 1er au 4 juin 1992. Biotechnologie. (MEA)

• **IFAS** (foire internationale de matériel médical et d'hôpitaux) - Zurich (Suisse) - oct. et nov. 1992. Matériel d'hôpitaux, médical et de laboratoire. (KI)

• **MEDICA PLUS BIOTECH** - Dusseldorf (Allemagne) - 18 au 21 nov. 1992

Matériel médical, entreprises conjointes stratégiques et partenariats. (KI)

• **Mission** à l'étranger dans le domaine de la biotechnologie - Vienne, St. Poelten, Linz (Autriche) - Février et mars 1993. Biotechnologie. (MVE)

• **Mission** de l'étranger dans le domaine biomédical - Ontario et Québec - Mars 1993. Produits pharmaceutiques et biomédicaux. (MEA)

PRODUITS DE LA PECHE, ÉQUIPEMENT ET SERVICES

• **Mission** d'acheteurs de poissons venant de l'étranger - Côtes est et ouest - Mai 1992. Poisson, produits de la pêche. (MEA)

• **Foire canadienne de l'alimentation** - R.-U. - Mai 1992. Agriculture, produits alimentaires (promotion de magasin)

• **Mission** à Vienne - Ventes d'exportation - Vienne (Autriche) - Mai 1992. Produits spéciaux de la pêche. (MVE)

• **Mission** à l'étranger dans les domaines du poisson et des produits alimentaires - Pays scandinaves - Sept. 1992. Poisson, crustacés et autres produits alimentaires. (MVE)

• **Mission** à l'étranger d'exportateurs de poisson - Madrid, Barcelone, Irun (Espagne) - Oct. 1992. Sociétés d'exportation de poisson. (MVE)

• **Mission** d'acheteurs de poisson venant de l'étranger - Provinces de l'Atlantique - Printemps 1993. Produits de la pêche. (MEA)

PRODUITS FORESTIERS

• **Ambiente/Energen** (gestion des déchets et traitement de l'eau) - Lisbonne (Portugal) - 1er au 4 oct. 1992. Technologie et matériel de lutte contre les feux de forêt et le CL-215 de Canadair. (KI)

• **Mission** de l'étranger dans le domaine du papier journal - Ouest du Canada - Mai 1992. Matériel et produits relatifs au papier journal. (MEA)

• **Mission** à l'étranger dans le domaine du bois franc débité - Trieste (Italie) et Vienne (Autriche) - Juin 1992. Produits forestiers. (MVE)

(Voir page 10.)

Europe de l'Ouest : 1992 et 1993

- **Mission à l'étranger d'importateurs de bois tendre irlandais - Est du Canada - Sept. 1992 -** Accroître l'autarcie en augmentant les réserves intérieures. En 1990, les exportations canadiennes de bois débité ont atteint 15,8 millions \$. (MEA)
- **Mission de l'étranger dans le domaine des produits forestiers - Est du Canada - Oct. 1992.** Familiariser des représentants et des importateurs allemands avec les sources et les applications du bouleau jaune utilisé dans les produits de transformation qualitative du bois dur. (MEA)
- **Mission de l'étranger dans le domaine des produits en bois ouvré - Partout au Canada - Automne 1992.** Produits de construction. (MEA)
- **Eurobois 93 - Lyon (France) - Mars 1993.** Équipement de construction et produits du bois. (KI)
- **Mission d'acheteurs de produits de bois - Partout au Canada - Printemps 1993.** Produits de construction. (MEA)

ACTIVITÉS GÉNÉRALES

- **Foire internationale de Salonique - Salonique (Grèce) - Sept. 1992 -** Manifestation de grande envergure dans le monde commercial grec; elle offre la possibilité de démontrer une vaste gamme de capacités canadiennes, aux entreprises et aux cadres gouvernementaux chargés des achats. (KI)
- **Mission à l'étranger - Allemagne de l'Est - Nov. 1992.** Mission dans plusieurs secteurs, en particulier celui des achats relatifs à l'infrastructure dans l'ancienne Allemagne de l'Est (Berlin, Dresde, Halle, Leipzig). (MVE)
- **Mission dans plusieurs secteurs - Reykjavik (Islande) - Janvier 1993 -** Agriculture, poisson et alimentation, communications et production d'électricité. (MVE)

MACHINERIES INDUSTRIELLES, ÉQUIPEMENT ET SERVICES

- **EUROTECH (matériel technique d'entreprises) - Bruxelles (Belgique) - 5 au 9 mai 1992.** Machines pour l'industrie du plastique. (KI)
- **MACH 92 - Birmingham (R.-U.) - 6 au 15 mai 1992.** Machines-outils et technologie de fabrication. (KIE)
- **Mission d'acheteurs de l'étranger à PLAST-EX 92 - Toronto - 11 au 14 mai 1992.** Machines de l'industrie du plastique. (MEA)
- **SASMIL - Milan (Italie) - 21 au 26 mai 1992.** Produits de bonne qualité en bois tendre, en bois dur et panneaux dérivés du bois, avec ou sans valeur ajoutée, et composantes. (KI)
- **Mission de l'étranger dans le domaine du matériel environnemental - Ottawa, Toronto - Mai 1992.** Pollution de l'atmosphère et de l'eau. (MEA)
- **ENVITEC 92 - Dusseldorf (Allemagne) - 1er au 5 juin**

1992 - Matériel et services environnementaux, machines industrielles, usines, services. (KIE)

- **AQUATEC-ENVIRO 92 - Mission à l'étranger - Amsterdam (Pays-Bas) - Sept. 1992.** Matériel environnemental, matériel pour le traitement des eaux usées. (MVE)
- **M.U.T. (foire européenne de technologie environnementale) - Bâle (Suisse) - 3-9 oct. 1992.** Traitement et gestion des déchets. (KI)
- **POLLUTEC 92 - Lyon (France) - 3 au 6 nov. 1992.** Déchets industriels. (KIE)
- **EMBALLAGE 92 - Lyon (France) - 12 au 18 nov. 1992.** Machines de transformation et d'emballage. (KI)
- **Mission à l'étranger dans le domaine du matériel environnemental - Pays scandinaves - Février 1993.** Matériel de procédé environnemental relatif à l'air, à l'eau et à l'industrie (MVE)

PRODUITS DU PÉTROLE ET DU GAZ NATUREL

- **Exploitation du pétrole et du gaz dans les mers du Nord - Stavanger (Norvège) - 25 au 28 août 1992.** Pétrole et gaz. (KIE)
- **Mission à l'étranger du Groupe de travail en haute mer Canada/Norvège - Oslo (Norvège) - 29 août au 2 sept. 1992.** Pétrole et gaz. (MVE)

SERVICES

- **Mission à l'étranger des maisons de commerce - Istanbul - Oct. 1992 -** Maisons de commerce. (MEA)
- **Salon du tourisme à TUR 93 - Février 1993.** Salon du tourisme. (KI)

RÉSEAUX DE TRANSPORT ET ÉQUIPEMENT

- **Mission des principales entreprises d'aérospatiale étrangères. - Montréal, Ottawa, Toronto, Vancouver - Mai 1992.** Systèmes et services d'instrumentation aérospatiale et spatiale
- **Mission à l'étranger dans le domaine du transport aérien - Italie - Mai 1992.** Matériel de transport aérien. (MVE)
- **AUTOMECHANIKA 92 - Francfort (Allemagne) - 8 au 13 sept. 1992.** Matériel, pièces de rechange et accessoires pour ateliers et stations de services d'automobiles. (KIE)
- **SMM 92 - Hambourg (Allemagne) - 29 sept. au 3 oct. 1992.** Technologie, produits et services dans les domaines du transport international et de la marine. (KIE)
- **AFTERMARKET 92 - Wembley (R.-U.) - 16 au 18 février 1993 -** Pièces de rechange et accessoires d'automobiles. (KIE)

Conférence sur le commerce de compensation

LOS ANGELES - La réapparition récente du commerce de compensation en Europe de l'Est et les pressions exercées continuellement par le manque de devises fortes sur les pays en voie de développement constituent le sujet de la conférence **Expanding Global Trade: Countertrade, Offset and Barter** qui se tiendra à Los Angeles du 21 au 23 avril 1992.

Les participants pourront se familiariser avec le financement du commerce de compensation, les accords institutionnels, les pratiques dans les pays en voie de développement et les expériences des principales multinationales mondiales.

La conférence, qui offrira une excellente occasion d'établir des réseaux avec des sociétés et des cadres du monde entier et de créer des débouchés commerciaux, comptera aussi des conférenciers du Brésil, de Russie, des Philippines, des États-Unis, de Yougoslavie et de Suisse.

Le discours inaugural de M. Paul Labbé, président de la Société pour l'expansion des exportations, discutera des stratégies en évolution relativement aux pays d'Europe de l'Est et aux pays en voie de développement.

La conférence est parrainée par l'International Association of Trading Organizations of Developing Countries de Ljubljana, Slovénie (Yougoslavie), le Journal of Commerce et le Centre for the New West.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M. Mike Reshitnyk, Direction des services financiers et des services aux entreprises, AECEC. Tél. : (613) 996-1862. Télécopieur : (613) 996-1225; ou avec M. Edie Dulacki, coordonnateur de la conférence. Tél. : (303) 592-5310. Télécopieur : (303) 592-5315.

Salon japonais de la confiserie

TOKYO - La participation au 2nd International Confectionary Exhibition (ICT 92) (2^e salon international de la confiserie) offre aux entreprises canadiennes la possibilité d'explorer les débouchés sur le marché de la confiserie, de la boulangerie et des casse-croûte au Japon, dont la valeur au détail atteint environ 25 milliards \$US par an.

ICT 92, qui se tiendra du 2 au 5 septembre au Sunshine Convention and Exhibition Centre, est une exposition à laquelle doivent participer à tout prix les sociétés qui s'intéressent à ce marché ainsi qu'à celui des matières premières, des aromatisants, des ingrédients et du matériel d'emballage et de transformation.

La participation à ICT 92 peut aussi ouvrir les portes d'autres marchés car l'événement attire des gens d'affaires non seulement du Japon, mais de l'ensemble de la région d'Asie et du Pacifique et d'autres marchés mondiaux.

Ces visiteurs, dont le nombre a dépassé les 12 000 au salon de l'année dernière, sont notamment des importateurs et des agents, des acheteurs de

services alimentaires, des grossistes et des distributeurs, des détaillants, des hôteliers, des restaurateurs, des acheteurs de supermarchés, des producteurs de confiserie, de casse-croûte, des boulangers, des organismes gouvernementaux, des associations commerciales et des traiteurs qui desservent les entreprises et les compagnies aériennes.

En outre, ICT 92 comporte une série de séminaires offerts par des experts de l'industrie, qui fournissent des renseignements juridiques, techniques et en matière de marketing, susceptibles d'aider grandement les exportateurs à percer sur ce marché lucratif.

Les entreprises qui désirent exposer leurs produits ou qui veulent évaluer le marché par elles-mêmes dans le but de contacter des importateurs, des agents ou des distributeurs devraient communiquer avec le représentant canadien des organisateurs d'ICT'92, M. Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025. Télex : 06-968027.

Mission canadienne à Huntsville sur l'aérospatiale et la défense

HUNTSVILLE - On recherche des entreprises canadiennes intéressées à participer à TABES 92, exposition et symposium techniques et commerciaux, auxquels le consulat général du Canada à Atlanta parrainera une mission et un pavillon.

L'événement aura lieu les 12 et 13 mai 1992 et vise la collectivité de haute technologie de Huntsville (NASA, Army Missile Command, the U.S. Army Strategic Command) et les 200 entrepreneurs locaux.

La mission et le pavillon canadiens mettront l'accent sur les produits et les technologies dans les domaines de l'aérospatiale et de la défense, et mettront en vedette un nouvel élément

comportant des technologies ayant une application environnementale.

Le consulat général prévoit un vaste marché pour les sociétés canadiennes capables de fournir du matériel et des services servant à résoudre les problèmes de l'environnement dont la valeur est estimée à plus de 80 milliards \$ dans la seule région du sud-est des États-Unis. Pour 1993, les estimations atteignent 260 milliards \$.

Pour plus d'information sur TABES 92, joindre John F. Alexander, conseiller au développement technologique, consulat général du Canada, 400 South Tower, One CNN Center, Atlanta, Georgia 30303, É.-U. Tél. : (404) 577-6810. Télécopieur : (404) 524-5046.

AU CALENDRIER

MONTREAL - 6 avril - Séminaire sur l'Europe 1992 et les industries de l'environnement. Hôtel Quatre Saisons, Montréal. Communiquer avec Mme. G. Desroches, Association des Manufacturiers du Québec. Tél.: (514) 866-7774.

TORONTO - 8 avril - Le groupe d'étude canadien sur le Système d'information de gestion (SIG) fournira aux participants à ce séminaire des renseignements sur diverses questions qui permettront aux entreprises de survivre dans l'environnement actuel et d'être compétitives. Les conférenciers comprendront des cadres supérieurs du secteur privé, du secteur public et d'entreprises d'experts-conseils dans le domaine des systèmes d'information. Les droits d'inscription, avant le 20 mars, sont de 190 \$ pour les membres de l'Association canadienne de l'informa-

tion (ACI) et de 225 \$ pour les non membres; après le 20 mars, les droits seront de 215 \$ pour les membres de l'ACI et de 250 \$ pour les non membres. Communiquer avec la section de l'ACI à Toronto. Tél./télécopieur: (416) 882-0018.

MONTREAL - Le cours Savoir exporter ses compétences est offert par le ministère des Affaires internationales en collaboration avec le Centre International des Grands Projets (GP), à partir du 26 mars. Ce cours d'une durée de 30 heures, offert en français seulement, se concentre sur deux fins de semaine et se propose de familiariser les exportateurs avec les particularités de l'exportation des services ou de la vente internationale d'ensemble biens-services. Pour de plus amples informations: Sylvie Brisebois au Centre International GP, Montréal. Tél.: (514) 848-

6100. Télécopieur: (514) 848-9992.

NORTH YORK - À compter de mai 1992, un cours de commerce de six semaines sur les nouveaux marchés d'Europe, de la région du Pacifique et d'Amérique du Nord sera offert conjointement par le Seneca College, l'Amsterdam School of Business et Temasek Polytechnic à Singapour. Les participants voyageront aux trois lieux où ils pourront établir des contacts avec des représentants et des organismes de secteurs commerciaux de leur choix. Pour obtenir de plus amples renseignements ou une brochure complète et un formulaire de demande, s'adresser à Tami Tamitegama, président, International Business Education, Seneca College, 1750, avenue Finch est, North York (Ontario) M2J 2X5. Tél.: (416) 491-5050. Télécopieur: (416) 491-3081.

Publications

Un nouveau manuel des tarifs douaniers

La firme de consultants MSR de Toronto vient de publier un répertoire des tarifs douaniers à l'importation intitulé «The Canadian Custom Tariff Schedule».

Le manuel fourni, entre autres, d'intéressantes informations pour analyser différentes alternatives de sources d'approvisionnement et les reclassifications.

Il peut faire économiser de l'argent en taxes et droits tout en permettant de mieux prévoir les coûts avant de pren-

dre des engagements fermes.

Le manuel sera mis à jour régulièrement et est disponible en logiciel intitulé: MSR Harmonized Tariff Classification System. (En anglais seulement). Pour plus d'information, communiquez avec Renée Auer, directrice des publications, MSR Inc., 171 Eastern Ave. Toronto M5A 1H8. Tél.: (416) 363-8000. Télécopieur: (416) 363-0280.

Matières à recycler

Les entreprises qui s'intéressent au recyclage des matières de postcon-

sommation et postindustrielles peuvent se procurer (l'abonnement est gratuit) un catalogue bimensuel qui contient des listes de matières offertes ou recherchées aux fins de recyclage dans l'État de la Californie. En raison du nouveau marché important des produits recyclés (et du matériel de recyclage) dans l'État, les spécialistes canadiens pourraient trouver des débouchés commerciaux dans ce secteur. S'adresser à CALMAX, 8800 Cal Centre Drive, Sacramento, California 95826-3268, U.S.A. Tél.: (916) 255-2200. Télécopieur: (916) 255-2221.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Vol. 10 N°6

MAR 20 1992

1^{er} avril 1992

Le Prix d'excellence à l'exportation célèbre son 10^e anniversaire

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne célèbre en 1992 son dixième anniversaire et encore une fois cette année, les exportateurs émérites ne devraient pas rater l'occasion de s'inscrire.

Ce prix prestigieux, décerné par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est considéré comme un symbole de succès dans le domaine des exportations, où la concurrence est vive. Les formulaires d'inscription devront parvenir au Ministère au plus tard le 15 mai.

En annonçant la tenue du concours, le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la technologie et ministre du Commerce extérieur, Michael Wilson a rappelé que «le Canada est l'une des grandes nations commerçantes du

monde et qu'il a démontré sa capacité de produire des biens et des services de grande qualité. L'énorme succès remporté par les entreprises qui ont déjà reçu le Prix d'excellence à l'exportation canadienne montre que les Canadiens peuvent soutenir avec succès la con-

currence étrangère», a dit M. Wilson.

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne est remis chaque année par le ministre du Commerce extérieur à un certain nombre d'entreprises canadiennes qui vendent avec succès leurs produits sur les marchés étrangers. Les lauréats sont choisis par un groupe de gens d'affaires éminents et d'exportateurs réputés de diverses régions du pays.

Pour être éligibles, les sociétés doivent avoir leur place d'affaires au Canada et exporter depuis au moins trois ans. Elles doivent également répondre à au moins un des critères suivants : lancement réussi de nouveaux produits ou services sur les marchés mondiaux; hausse sensible des ventes à l'exportation; maintien de la présence sur des marchés où la concurrence est vive; niveau de contenu canadien; part des exportations dans les ventes totales.

Depuis la mise sur pied du programme, il y a dix ans, quelque 1500 inscriptions ont été reçues et 124 sociétés ont reçu le Prix. Les lauréats peuvent se servir pendant trois ans du logo du Prix dans leurs efforts de promotion et font l'objet d'une campagne de publicité nationale visant à faire connaître leurs réalisations et à encourager d'autres entreprises à suivre leur exemple. Les gagnants reçoivent également des mains du ministre une plaque et une citation soulignant leur performance en matière d'exportation.

Les lauréats des années précédentes ont indiqué que le Prix les a fait mieux connaître au pays, leur a permis d'attirer de nouveaux clients à l'étranger et a suscité un sentiment de fierté chez leurs employés.

(Voir page 2 : Les exportateurs.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Le potentiel des secteurs aux États-Unis	4-5
Foires et conférences	6-7-8
Pleins feux sur l'Amérique latine	10-11
Publications	12

Pour cibler les marchés touristiques

Le tourisme est un apport économique important pour le Canada. Il s'agit en effet d'une industrie de 25 milliards \$, notre quatrième plus important produit d'exportation qui procure de l'emploi direct à quelque 622 000 personnes.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) par l'entremise de ses ambassades et consulats à travers le monde fait la promotion du tourisme. Le Ministère a à son service 62 agents et 32 personnes de soutien qui se consacrent à mousser le tourisme au Canada.

Comment ils procèdent et comment les rejoindre, est expliqué dans deux brochures disponibles auprès d'Info Export (Voir la cartouche au bas de la page 12).

Le répertoire des agents de tourisme (#18XF) explique aussi le programme de développement des exportations d'AECEC dont peuvent bénéficier les entreprises touristiques canadiennes. On y trouve les noms et les adresses des agents de tourisme dans 15 postes, aux États-Unis, en Allemagne, à Hong Kong, en Grande-Bretagne, au Mexique, en France, en Australie, aux Pays-Bas, au Japon, en Corée et à Taiwan.

Profils du marché touristique aux États-Unis et outre-mer - Foires commerciales de l'industrie touristique et salons ouverts au public (#34XF) est un guide concis de 141 pages qui aidera les entreprises touristiques canadiennes à mieux cibler les marchés étrangers.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

DEMANDE DE FORMULAIRE D'INSCRIPTION Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Nom : Titre :

Entreprise :

Adresse :

Ville : Prov. : Code :

Retournez à: *Prix d'excellence à l'exportation canadienne*,
Direction des opérations
de l'expansion du Commerce (TPO)
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada,
125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2
Télécopieur : (613) 996-8688

Les exportateurs ont jusqu'au 15 mai pour inscrire leur entreprise

(Suite de la première page.)

«Les sociétés lauréates sont des chefs de file dans le domaine du commerce extérieur qui apportent une contribution essentielle au développement économique du Canada. L'accroissement de la prospérité de notre pays dépend du dynamisme et de la capacité d'innovation de tous les Canadiens», a ajouté M. Wilson.

Selon L. David Caplan, président-directeur général de Pratt & Whitney Canada, société qui a reçu un Prix en 1991, «il est toujours stimulant de voir ses réalisations reconnues. Nous nous assurons que tous nos employés savent

que notre société a reçu le Prix d'excellence à l'exportation du gouvernement canadien. C'est vraiment à eux que nous le devons. À mon avis, il faut des initiatives comme celle-là pour créer et maintenir la compétitivité dont le Canada a besoin pour exporter.»

Pour obtenir un formulaire d'inscription ou plus d'information, téléphoner sans frais au service Info Export d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada au 1-800-267-8376 (Ottawa : 993-6435) ou remplissez le coupon ci-dessus et retournez-le à l'adresse ou au numéro indiqués.

Importateurs panaméens

Les chefs d'entreprises intéressés peuvent entrer en contact directement avec les personnes mentionnées.

• Miguel A. Collado, Gerente General, El Electrico, S.A., désire importer du matériel et des dispositifs pour la distribution électrique, des outils pour électriciens, plombiers, poseurs de tapis et jardiniers, des accessoires de salle de bains et de cuisine, du papier peint, des tapis et des pompes à eau. Apartado 6-3016, El Dorado, Panama. Tél. : (011-507) 292815. Télécopieur : (011-507) 292179.

• Eduardo Burillo, Gerente General, Do It Center Corp. recherche tous les genres de matériaux de construction canadiens. Apartado 6-5320, El Dorado, Panama. Tél. : (011-507) 218050. Télécopieur : (011-507) 212109.

• Guillermo Selles, Gerente General, Geo F. Novey Inc. recherche tous les genres de matériaux et de matériel de construction. Apartado 3420, Panama 4. Tél. : (011-507) 272744. Télécopieur : (011-507) 273917.

• Marilyn de Simons, Vice Presidente, Grupo Melo S.A. recherche du bois de construction, des vis et des boulons, de la quincaillerie de construction, des pompes à eau, des échafaudages, des tuiles et des serrures. Apartado 333, Panama 1. Tél. : (011-507) 351270. Télécopieur : (011-507) 219104.

• Jose Abbo, Gerente, El Coloso, désire importer des additifs pour béton, des accessoires de salle de bains et de cuisine, des matériaux de construction décoratifs, des bains tourbillons, des cuves thermales, du carton ainsi que du matériel de levage, de manutention et de transport destinés à l'industrie de la construction. Apartado 6-6626, El Dorado, Panama. Tél. : (011-507) 216482. Télécopieur : (011-507) 218683.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré
Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Ateliers sur l'environnement aux É.-U.

Pour les entreprises canadiennes, une excellente façon de faire la promotion de leurs technologies, produits et services environnementaux aux États-Unis, c'est de participer à des foires commerciales, à des missions, à des séminaires et à des ateliers.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), par l'intermédiaire de sa Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) et en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, favorise la participation des sociétés canadiennes dans le but de les aider à explorer les débouchés dans le domaine de l'environnement aux États-Unis.

Voici une liste d'activités choisies dont les entreprises canadiennes

peuvent tirer profit. (Des parties de la liste ont été publiées dans *CanadExport*, vol. 10, no 4, 2 mars 1992, et vol. 10, no 5, 16 mars 1992):

• **Ateliers sur l'appariement et le partenariat stratégiques dans le domaine de l'environnement** - Seattle, Washington, Pittsburgh, Los Angeles, Atlanta - Automne 1992 - Plusieurs sociétés canadiennes seront appariées avec des entreprises semblables aux États-Unis afin d'examiner les possibilités d'accords de partage de la technologie, d'alliances stratégiques et de sous-traitance.

• **Atelier sur la technologie océanique** - Newport, Rhode Island - 27 février 1993 — Cette manifestation vise à promouvoir le commerce, les entreprises conjointes, les alliances stratégiques et

les projets de développement conjoint entre des organismes canadiens et américains qui participent à tous les aspects de la technologie marine, y compris le matériel, les logiciels, l'ingénierie, l'exploration, les services d'experts-conseils et la protection de l'environnement. Les participants peuvent exposer des produits et des services et rencontrer des partenaires, des collaborateurs et des acheteurs américains éventuels.

Les personnes qui désirent participer à l'une de ces activités et qui voudraient obtenir des renseignements supplémentaires devraient s'adresser à M. Donald Marsan, Direction de la promotion du tourisme et du commerce avec les États-Unis, AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

LIBAN - Une entreprise désire représenter des fabricants canadiens de cadeaux, d'articles en cuir, de vêtements de sport, de vêtements unisexes, de chaussures, de produits de beauté, de repas-minute et de produits électroniques de consommation courante. Communiquer avec Garen Koundakjian, General Manager, Hart Trading Company, P.O. Box 16-6386, Ashrafieh, Beyrouth, Liban. Tél. : 01-398438. Télex : 41384LE.

MEXIQUE - Une entreprise spécialisée dans la distribution de matériel oléohydraulique et de machines destinées à l'industrie du plastique, dont le chiffre d'affaires est de 5 500 000 \$ US, désire diversifier ses activités, en particulier dans le domaine des plastiques d'ingénierie. La société voudrait aussi conclure des accords d'investissement conjoint, de concession de li-

cences et de transfert de savoir-faire technique. Contacter Antonio Barajas Gonzalez, President, DIMYESA, Distribuidora de Maquinaria y Equipos, S.A., de C.V., Loma Bonita No. 7, Lomas Altas, Mexico 11 950 D.F. Télécopieur : 570-73-54. Télex : 1761955 DIMEME.

MEXIQUE - Une société désire importer des produits reliés à l'industrie pétrolière ou représenter des fabricants canadiens de ces produits. Communiquer avec Jorge Peyrou, Manager, Intergolfo S.A., M. Abasolo, CP 86100, Villahermosa, Tab, Mexico. Tél./télécopieur : (931) 3-38-25.

TCHÉCOSLOVAQUIE - Une entreprise désire conclure un accord d'entreprise conjointe en vue de construire des logements dans ce pays. Communiquer avec Ing. Postrihac, Friendship 58, Plzen, Tchécoslovaquie. Tél. : 011-42-19-45094.

TAIWAN - Un fabricant, importateur

et distributeur de produits pharmaceutiques thérapeutiques et de diagnostic, dont les ventes annuelles moyennes s'élèvent à 20 millions \$US, désire importer des médicaments, des produits de diagnostic et des produits biologiques (y compris des vaccins) à des fins médicales. Communiquer avec Patrick P.A. Lee ou Pen-Tui Lai, lifeguard Pharmaceutical co., Ltd., 11th Floor, No. 78, Chang-An E. Road, Section 2, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-5045709. Télécopieur : 886-2-5094303.

TAIWAN - Un fabricant et exportateur de sacs de couchage et de bavettes d'enfants, dont les ventes annuelles moyennes atteignent 2,2 millions \$US, désire importer de la microfibre endothermique devant être utilisée dans les sacs de couchage et la literie. Communiquer avec Peter Chiu ou Johnson Shin, Z-Way Industries Inc., No. 61, Lane 296, Section 3, Ta To Road, Peitou, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-8951551/6. Télécopieur : 886-2-8933153.

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une troisième partie. Les deux premières ont été publiées dans *CanadExport* Vol. 10 no 4 et no 5. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

MATÉRIEL DE CHAUFFAGE

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Il existe trois principaux marchés aux États-Unis : celui de l'installation originale, celui du remplacement (en raison de l'usure et de la désuétude) et celui de la modernisation (agrandissement ou amélioration d'installations existantes). Selon les statistiques américaines, le marché du remplacement représente 60% de la demande totale. De 1980 à 1987, les marchés du remplacement et de la modernisation ont été extrêmement actifs en raison du coût élevé de l'énergie et des divers programmes incitatifs. Les propriétaires de maisons, de commerces et d'immeubles institutionnels s'étaient lancés dans le remplacement des installations de chauffage au mazout par des installations fonctionnant au gaz ou à l'électricité.

POISSONS, CRUSTACÉS ET AUTRES ESPÈCES MARINES

Agent : P. Egyed
Tél.: (613) 991-9483

En 1990, les importations américaines de produits de la mer transformés ou consommables à l'état brut ont totalisé 6,02 milliards \$, et l'on s'attend à ce que les chiffres de 1991 demeurent à peu près les mêmes. Dans la vente au détail, l'industrie nord-américaine des produits de la mer doit faire face à une vive concurrence de la part des produits de remplacement de plus en plus demandés. C'est dans les marchés «ethniques» asiatiques et latino-américains que l'on devrait enregistrer une croissance de la consommation américaine de produits de la mer. Traditionnellement, ces marchés étaient approvisionnés par des produits importés d'outre-mer, mais les produits d'origine nord-américaine prennent une place de plus en plus importante. Plus d'Américains consomment leurs produits de la mer à l'extérieur du foyer puisque les deux tiers des ventes sont effectuées au niveau des services alimentaires. La croissance est importante dans le segment lucratif haut de gamme de ce marché où l'on préfère le poisson frais au poisson congelé. La croissance constante du secteur des services alimentaires institutionnels favorise la demande de produits congelés, transformés ou à valeur ajoutée.

MANUTENTION DES MATÉRIAUX

Agent : P.-A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

L'industrie américaine de la manutention des matériaux représente un marché de 24 milliards \$. Le secteur le plus propice à l'expansion des exportations canadiennes est celui des grues à pont roulant et des transporteurs, où elles constituent 70% des importations américaines. Selon le Materials Handling Institute of America, les perspectives pour l'an prochain sont bonnes dans ce secteur, compte tenu que la croissance réelle prévue est de 3,7% par année jusqu'au milieu des années 1990.

SERVICES HOSPITALIERS ET MATÉRIEL MÉDICAL

Agent : J.-P. Petit
Tél.: (613) 991-9482

Le marché américain des appareils médicaux est le plus important au monde. En 1990, sa valeur atteignait 65,2 milliards \$US, soit 59% de la demande mondiale. Dans les années 1980, il enregistrait un taux de croissance de 9% par année. Cette croissance devrait se poursuivre pendant les années 1990 en raison du vieillissement de la population.

Dans ce secteur, la part du marché des importations est passée de 8 à 11,5%, et l'on s'attend à ce que sa valeur augmente de 20% par année. En raison des compressions budgétaires auxquelles sont confrontés les hôpitaux américains, le nombre d'appareils médicaux à usage domestique ne cesse d'augmenter. Ce segment de marché offre donc un excellent potentiel de croissance.

MACHINES-OUTILS

Agent : P.A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

En 1989, les États-Unis ont importé pour 3,44 milliards \$ de machines-outils. Les ventes canadiennes de machines à travailler les métaux s'élevaient à 255,72 millions \$. Plus de 40% des commandes de ce secteur proviennent de l'industrie de l'automobile. À moyen terme, le principal

facteur qui pourrait influencer sur la demande de machines-outils est la réglementation proposée sur les émissions d'oxyde de carbone et les économies d'essence. Il est possible que ces changements donnent lieu à la création de programmes importants en matière d'outillage, entraînant par le fait même une hausse des commandes de machines-outils qui pourrait ressembler à celle survenue au milieu des années soixante-dix, alors que les commandes atteignaient un sommet de 6,61 milliards \$.

ÉQUIPEMENT D'EXPLOITATION DU PÉTROLE ET DU GAZ

Agent : R. McNally
Tél.: (613) 993-7486

Dans ce secteur, les exportations canadiennes de matériels et de services vers les États-Unis atteignaient 132 millions \$ en 1990. Selon des données récentes, le taux de croissance de l'industrie américaine de l'équipement d'exploitation pétrolière devrait être de 3,1% pour la période 1990-1994. Ces prévisions se fondent sur les besoins des pétrolières américaines et étrangères de regarnir leurs réserves épuisées.

Bon nombre d'acheteurs américains d'équipement canadien d'exploitation pétrolière et gazière sont eux-mêmes engagés dans des projets en Europe, au Moyen-Orient ou en Asie. La promotion du savoir-faire canadien sur le marché américain permet aux entreprises de mieux se faire connaître auprès des marchés étrangers et de livrer concurrence aux entreprises américaines, ouest-européennes et asiatiques dans le secteur de l'exploitation pétrolière en mer.

PRODUITS PHARMACEUTIQUES ET BIOTECHNOLOGIE

Agent : J.-P. Petit
Tél.: (613) 991-9482

L'industrie américaine de la biotechnologie compte environ 1100 entreprises, dont la plupart sont de petite taille. Environ 35% fabriquent des produits thérapeutiques, 28% des produits diagnostiques et 18% des produits de biotechnologie, et 8% oeuvrent dans le secteur de la biotechnologie agricole et 11% dans divers secteurs de la biotechnologie. En 1991, leur actif total s'élevait à 130 milliards \$US, tandis que leurs recettes et leur ventes annuelles atteignaient 60 milliards et 4 milliards \$, respectivement. Treize produits de biotechnologie ont été mis sur le marché en 1990, 11 en 1991, et 17 seront approuvés en 1992. Un total de 132 produits de biotechnologie attendent l'approbation de la FDA. Des sociétés de capital-risque recherchent des occasions d'investir dans la biotechnologie. On

estime que 30 milliards \$US en capital de risque sont destinés au secteur de la biotechnologie. Les sociétés de biotechnologie américaines prévoient que leurs exportations représenteront 30% de leurs ventes en 1992. Ces entreprises sont disposées à mener des projets conjoints.

PRODUITS ET SERVICES ENVIRONNEMENTAUX

Agent : D. Marsan
Tél.: (613) 991-9478

La valeur actuelle des exportations canadiennes de produits et services environnementaux vers les États-Unis est d'environ 300 millions \$CAN, et tout laisse croire que ce chiffre augmentera considérablement au cours des prochaines années. On s'attend à ce que les taux de croissance et les dépenses dans ce secteur doublent et même triplent au cours des 15 prochaines années. Les sommes engagées et dépensées par les entreprises, le gouvernement et les États sont liées de très près, car le processus est régi par une multitude de lois. Selon des estimations portant sur l'industrie américaine des produits et services environnementaux, la valeur actuelle de l'ensemble du marché dépasse 100 milliards \$US par année. D'ici 1995, on prévoit que ce chiffre atteindra 200 milliards \$US, compte tenu que l'ensemble du secteur croît au rythme de 20 à 30% par année.

CADEAUX, ARTS, ARTISANAT ET BIJOUTERIE

Agent : T. Weinstein
Tél.: (613) 991-9479

Il s'agit d'un secteur en haute croissance. Le commerce du cadeau aux États-Unis se traite surtout dans les foires spécialisées entre détaillants, grossistes et distributeurs. Il y a de plus en plus d'intérêt pour l'artisanat canadien, surtout celui produit par les autochtones.

Les exportations de cadeaux et d'artisanat ont tendance à s'effectuer dans un axe nord-sud. Dans ces secteurs, le prix et la qualité jouent des rôles très importants. L'industrie ignorera les babioles ou imitations qu'elle peut se procurer sur d'autres marchés à meilleur compte. Il faut faire preuve d'originalité et présenter des produits authentiques. Le prix des articles recherchés peut toutefois constituer un obstacle.

Les importations de bijouterie se divisent en deux catégories : les bijoux raffinés (ils proviennent surtout de France et d'Italie) et les bijoux vestimentaires (importés surtout d'Asie). Une grande quantité des pierres précieuses et de l'or qui entre dans la fabrication des bijoux raffinés provient du Canada. Après transformation ces deux composantes sont exportés à fort prix. Les exportateurs peuvent percer le marché avec de l'originalité et des prix compétitifs.

Les foires et conférences en Australie

Les événements suivants ont été choisis par le Consulat canadien à Melbourne. Les entreprises canadiennes intéressées par une de ces activités doivent communiquer directement avec les organisateurs :

Thomson World Trade Exhibitions

144 Riley Street, East Sydney NSW 2010

Tél.: (02) 332-3233. Télécopieur: (02) 332-4577

- *19th Melbourne International Gift Trade Fair* — 8 au 12 août 1992
- *3rd Melbourne International Fashion Jewellery and Accessories Fair* — 8 au 12 août 1992
- *15th Sydney International Spring Gift Trade Fair* — 12 au 16 septembre 1992
- *17th International Watch, Clock and Jewellery Fair* — 12 au 16 septembre 1992
- *Mine and Quarry Suppliers and Services Exhibition* - 14 au 16 octobre 1992
- *16th Brisbane International Gift Trade Fair* - octobre 1992

Riddell Exhibition Promotions

137-141 Burnley Street, Richmond VIC 3121

Tél.: (03) 429-608. Télécopieur: (03) 427-0829

- *Timber and Working with Wood Show* — 24 au 30 juillet 1992
- *Herald Sun News-Pictorial Home Show* — 22 au 30 août 1992
- *Timber and Working with Wood Show* — 22 au 30 octobre 1992

Australian Exhibition Services Pty.Ltd.

Illoura Plaza, 424 St.Kilda Road,

Melbourne VIC 3004

Tél.: (03) 867-4500. Télécopieur: (03) 867-7981

- *Ausfair* — Australian International Market for Consumer Goods - 28 juin au 1er juillet 1992
- *PC 92 - 19th Personal Computer Show* — 11 au 14 août 1992
- *Communications and Office Technology 92* — 11 au 14 août 1992
- *Franchising 92* — 4 au 6 septembre 1992
- *Fine Food 92 - 8th Australian International Food Drink and Equipment Exhibition* — 6 au 9 septembre 1992
- *Exposhop - Australian International Shopfitting, Display and Merchandising Exhibition* — 6 au 9 septembre 1992
- *Elenex Australia - 4th Australian International Electrical and Electronic Industries Exhibition* — 29 septembre au 2 octobre 1992
- *Automate Australia - 3rd International Robotics and*

Industrial Automation Exhibition — 29 septembre au 2 octobre 1992

BPI Exhibitions Pty.Ltd.

162 Goulburn Street, Darlinghurst NSW 2010

Tél.: (02) 266-9799. Télécopieur: (02) 267-1223

- *25th International Catering Trade Fair* — 20 au 24 juin
- *1st Foodservice - Adelaide International Catering Trade Fair* — 23 au 25 août 1992
- *6th LABEX Sydney - International Laboratory and Diagnostic Equipment and Products Exhibition* — 8 au 10 septembre 1992

Exhibitions and Trade Fairs Pty. Ltd.,

311 Montague Street, Albert Park VIC 3206

Tél.: (03) 696-0666. Télécopieur: (03) 696-0808

- *Alia Biennial Conference and Exhibition - Fourniture de librairies* — 28 septembre au 1er octobre 1992

Australian Trade Promotions

a/s Graham Uthmeyer, Suite 6,

497 Burke Road, Camberwell VIC 3124

Tél.: (03) 822-0400. Télécopieur: (03) 824-7672

- *Hospitality 92* — août 1992

Melbourne Pharmacy Fair

a/s Sheila Endelin, organisatrice,

370 Lonsdale Street, Melbourne VIC 3000

- *Melbourne Pharmacy Fair* — 20 au 22 juin 1992

Conference and Exhibition Organizers

a/s Michael Sedin, P.O. Box 314,

Carlingford NSW 2118

Tél.: (02) 437-4088

- *Austex - Institut du textile* — 2 au 5 juillet 1992

Boating Industry Association of Victoria

a/s Jon Schoer, administrateur

124 Jolimont Road, Jolimont VIC 3004

Tél.: (03) 650-7833. Télécopieur: (03) 651-9448

- *National Boat Show* — 2 au 9 juillet 1992

Aerospace Foundation of Australia Ltd.

a/s Ross Dunlop, directeur de la promotion

P.O.Box E70, Parramatta NSW 2150

- *1st Australian International Air Show and Aerospace Exhibition* — 21 au 25 octobre 1992

Grande foire et congrès de l'épicerie en Ohio

COLUMBUS - Le consulat du Canada à Cleveland recherche environ 35 sociétés canadiennes pour participer à son pavillon national au **1992 Ohio Grocers Association Convention and Trade Show** (congrès et foire commerciale de l'Ohio Grocers Association), qui se tiendra les 24 et 25 octobre au Columbus Convention Center.

La foire, à laquelle ont participé 28 exposants canadiens l'année dernière, est la troisième en importance dans le domaine de l'épicerie aux États-Unis. Elle attire des courtiers, des distributeurs, des grossistes, des chaînes de supermarchés, des épiciers indépen-

dants, des détaillants de spécialités gastronomiques de six États environnants.

Cette année, le consulat recherche des entreprises canadiennes spécialisées dans les fruits de mer, le vin et les boissons non alcoolisées, les aliments congelés et les plats cuisinés ainsi que les produits raffinés.

Le pavillon national du Canada veut aussi promouvoir des entreprises qui fabriquent du matériel d'étalage et celles qui offrent des systèmes informatisés et des logiciels. Une attention particulière sera accordée aux produits et services qui visent à protéger l'environnement.

ronnement.

Les participants qui se joindront au pavillon canadien pourront bénéficier d'une réduction substantielle. Il incombera toutefois à chaque exposant d'acquitter les autres frais, tels que le transport, l'expédition des produits, le logement et les dépenses personnelles.

Pour obtenir plus d'information sur le **1992 Ohio Grocers Association Convention and Trade Show**, communiquer avec Betsy Holm, déléguée commerciale, consulat du Canada, suite 1008, 55 Public Square, Cleveland, Ohio 44113-1983, É.-U.. Tél. : (216) 771-0150. Télécopieur : (216) 771-1688.

Rencontre Canada-Taiwan à Taipei

Les gens d'affaires qui envisagent un séjour à Taiwan devraient ajouter quelques jours à leur itinéraire pour assister au **6th Joint Meeting of the Canada-Taiwan Business Association (CTBA)** (6^e rencontre conjointe de l'Association commerciale Canada-Taiwan), qui se tiendra à Taipei du 26 au 28 avril 1992.

Cette rencontre de deux jours permettra aux participants d'établir un réseau avec plus de 200 cadres supérieurs et décideurs de Taiwan, de présenter leurs produits, leurs technologies et leurs services devant l'un des marchés les plus florissants d'Asie et d'explorer les possibilités d'exportation.

Ces domaines sont, entre autres, le transport, les télécommunications, le génie-conseil, l'aviation et l'aérospatiale, la protection de l'environnement, la technologie de pointe, la technologie de l'information et l'énergie.

Les personnes intéressées doivent communiquer avec Denis Trottier ou Elsie Lee, l'Association commerciale Canada-Taiwan, Ottawa. Tél. : (613) 238-4000. Télécopieur : (613) 238-7643.

FOIRES

Une première pour le Canada à Saint-Petersburg

SAINT-PETERSBURG - Pour la première fois, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada aura son pavillon national au **PAP-FOR 92**, un salon des pâtes et papier et de l'équipement forestier qui aura lieu du 22 au 26 septembre, à Saint-Petersburg, en Russie. L'emplacement du Canada peut recevoir 15 sociétés. Les premières entreprises reconnues à en faire la demande seront retenues.

Les compagnies désirant y participer ou obtenir plus d'information doivent communiquer avec Richard Parker, Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur: (613) 995-6319.

Technologie de forage et de production en mer

HOUSTON - La **24th Offshore Technology Conference and Exhibition (OTC 92)** (24^e conférence et exposition sur la technologie de forage et de production en mer) se tiendra dans cette ville du Texas, du 4 au 7 mai.

La conférence vise les ingénieurs de l'industrie du forage et de l'exploitation pétrolière hauturière, les gestionnaires et les scientifiques.

L'exposition elle-même est la principale foire commerciale internationale de l'industrie hauturière. On y présente les dernières innovations en équipements, services et technologies utilisés dans le développement des ressources sous-marines. L'événement attire plus de 1200 des principaux fabricants et fournisseurs à l'échelle mondiale.

Les personnes qui voudraient participer à la **24th Offshore Technology Conference and Exhibition (OTC 92)** peuvent s'inscrire dès maintenant par télécopieur (214-952-9328) jusqu'au 13 avril. À compter du 27 avril, on pourra s'inscrire en utilisant une carte de crédit en téléphonant au (713) 791-5575 ou au (713) 791-5576. L'inscription sur place ne se fera pas avant le 4 mai.

Vaste marché voué à la mode et la décoration à Bruxelles

Lors d'un prochain séjour dans la capitale de l'Europe, les manufacturiers canadiens se doivent de visiter le Centre du Commerce International de Bruxelles, le plus grand marché européen voué à la mode et à la décoration intérieure.

Les entreprises canadiennes innovatrices dans ces deux domaines trouveront au CCIB 1500 exposants

représentant quelque 7800 marques de commerce. Il n'en tiendra qu'à eux d'y ajouter la leur. Les exposants sont des manufacturiers, grossistes, agents et importateurs qui louent un espace à l'année pour pouvoir rencontrer les détaillants et les groupes d'acheteurs.

En 1990, 620 000 acheteurs profes-

sionnels ont fréquenté le Centre dont le chiffre d'affaires a atteint 2,2 milliards \$CAN. Une enquête menée en 1985, soit 10 ans après l'ouverture du Centre, a montré que 95% des détaillants belges s'approvisionnent au CCIB et y viennent en moyenne de 6 à 11 fois par année. Le grand public n'y est pas admis.

Avec ses 175 000 mètres carrés, le Centre de commerce international de Bruxelles a des retombées économiques importantes sur la région de Bruxelles et toute la Belgique.

Chaque lundi, seul jour régulier d'ouverture quelque 5000 marchands provenant de 2300 commerces de détail envahissent le CCIB. Cinq fois par année le Centre ouvre une autre fois durant la semaine. L'affluence atteint alors les 12 000.

On retrouve en permanence au Centre des représentants des industries suivantes : prêt-à-porter courant et de collection, accessoires, articles de sport, articles en cuir, chaussures, bijoux, montres, horloges, cadeau et jouets et papeterie.

La formule du CCIB permet aux exposants de rencontrer leurs clients réguliers chez eux, sans avoir à se déplacer et à en rencontrer de nouveaux.

Les représentants des associations et regroupements professionnels peuvent être rencontrés sur place.

Pour plus d'information, communiquer avec le CCIB, Atomiumsquare, 1020 Bruxelles. Tél. : 32-02-478 49 89; télécopieur : 32-02-478 6258; telex : 26 138 BITM B ou avec l'attaché aux affaires commerciales de l'ambassade du Canada, Francis P. Keymolen, avenue de Tervuren, 2, 1040 Bruxelles. Tél. : (02) 735 60 40; télécopieur : (02) 735 33 83.

Salon de l'alimentation à Paris

PARIS — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada propose à 35 compagnies canadiennes de bénéficier de son aire centrale de service réservée au SIAL 92, le salon international de l'alimentation de Paris qui a lieu du 25 au 29 octobre.

Les entreprises doivent se manifester le plus tôt possible puisque les premières intéressées seront les premières choisies.

L'aire central offert comprend un kiosque d'information, un salon, une cuisine, une salle d'entreposage, une salle de réunion et une pièce de transmission par télécopieur. Les kiosques des exposants canadiens seront disposés autour de cette aire.

Les personnes intéressées doivent communiquer avec Richard Parker, Foires et Missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur: (613) 995-6319.

Europlastica : tout sur les plastiques

BRUXELLES — Les innombrables applications des matières composites constituent un des domaines où l'évolution technologique demeure la plus fulgurante.

Europlastica sera l'un des secteurs industriels les mieux représentés au cours de la grande exposition industrielle Eurotech 92 qui aura lieu du 5 au 9 mai 1992 à Bruxelles.

On y présentera les équipements de production de la nouvelle génération, des machines de transformation par calandrage, compression, enduction, expansion, extrusion, injection, soufflage, rotation et des techniques de revêtement, de thermoformage et de moulage.

Les matières premières dernièrement apparues sur le marché ainsi que les produits finis et semi-finis occuperont aussi une place de choix à Europlastica.

Pour les manufacturiers canadiens du secteur des plastiques, Eurotech 92 et Europlastica constituent une excellente occasion de rencontrer des clients potentiels. Ils pourront aussi échanger avec les représentants des organisations professionnelles nationales et internationales et se familiariser avec les règles de normalisation et les changements de législation qu'entraînent l'unification de l'Europe.

Organisé pour la première fois en 1986, Eurotech a lieu à tous les deux ans. En 1990 il a reçu 1087 exposants et 62 645 visiteurs.

On peut obtenir plus d'information auprès de M. Francis P. Keymolen, attaché aux affaires commerciales, ambassade du Canada, avenue de Tervuren, 2, 1040 Bruxelles. Tél. : (02) 735 60 40; télécopieur : (02) 735 33 83.

Numéro à noter

Prière de noter que le numéro de téléphone exact pour rejoindre le haut-commissariat du Canada à Singapour est : (011-65) 225-6363.

Débouchés dans la production électrique à Cuba

La production d'électricité à Cuba offre de plus en plus de débouchés aux exportateurs canadiens. Le gouvernement a récemment exprimé son désir de développer cette industrie afin de compenser les livraisons insuffisantes de pétrole de la CEI et se prémunir face à l'incertitude qui entoure le parachèvement de sa centrale nucléaire.

Ce sont quelques-unes des constatations de l'étude intitulée *Sector Profile: Electrical Power Sector in Cuba* (profil de secteur : secteur de l'électricité à Cuba), révisée en 1991 par l'ambassade du Canada à La Havane.

Voici quelques-uns des produits électriques que les sociétés canadiennes peuvent exporter : les fils et les câbles, les transformateurs d'alimentation, les transformateurs de distribution, les disjoncteurs, les panneaux de contrôle, l'appareillage de connexion, les fusibles, les coupe-circuit de distribution, les fusibles haute tension, les luminaires et les appareils d'éclairage extérieur et fluorescent.

Les besoins comprennent aussi le matériel électrique de contrôle et de distribution, les pièces de rechange destinées aux centrales thermiques et hydro-électriques, les relais, les isolateurs, les condensateurs, les pièces de rechange destinées aux sous-stations et le matériel de lignes de transmission, le matériel de surveillance et de contrôle des chaudières à vapeur et le matériel de protection destiné à la centrale nucléaire. Cette dernière devrait être mise en service en 1995.

L'ambassade du Canada a appris de source sûre que l'Allemagne, la France ou le Canada sont des fournisseurs éventuels de matériel de protection pour cette centrale nucléaire.

Dans le domaine de l'énergie solaire, Cuba a commencé à fabriquer des systèmes de chauffage en 1988. Les autorités voudrait entrer en contact avec des entreprises qui sont en mesure d'aider à améliorer la technologie de fabrication de composantes et d'assemblage de modules comportant des

photopiles.

Dans le domaine de la biomasse, on effectue des travaux en vue de produire de l'électricité au moyen d'excréments de bétail. Des bâtiments qui abritent 8000 vaches laitières sont déjà électrifiés de cette façon.

La technologie en matière de biomasse actuellement utilisée pourrait être considérablement améliorée et Cuba est disposé à en discuter.

Le pays recherche également de l'aide et désire acquérir de la technologie qui lui permettrait d'utiliser les ordures et les copeaux de bois pour produire de l'électricité ainsi que de la technologie et du matériel servant à sécher la bagasse de canne à sucre dans les sucreries et à utiliser la cogénération.

Lorsqu'on exporte des produits et des services à Cuba, il faut répondre à certains critères. Ceux-ci comprennent des modalités de livraison appropriées, des prix compétitifs, la qualité approuvée des produits, un rendement satisfaisant dans un climat tropical et des modalités de financement d'au moins 360 jours.

Cuba a dû limiter son budget d'importations provenant de fournisseurs occidentaux à environ 500 millions \$US par an. Cependant, on fait des exceptions lorsque la technologie, le produit ou le service requis est destiné à un secteur prioritaire de l'économie cubaine, tel la

production de l'électricité et du pétrole. Cuba est disposée à faire des achats en devises fortes et elle en est capable.

Recommandations

L'ambassade du Canada encourage les fournisseurs canadiens à établir des relations étroites avec les autorités cubaines. Une liste figure dans l'étude.

L'approche initiale exige un suivi sérieux ainsi que de la patience et de la persévérance, surtout aux premières étapes de négociation et d'évaluation.

Après l'évaluation favorable des produits d'un fournisseur, celui-ci doit à tout prix visiter le marché pour rencontrer le client éventuel, évaluer, par lui-même, la situation sur le marché et établir un rapport personnel avec l'acheteur.

On peut se procurer l'étude détaillée sur le marché de l'électricité à Cuba auprès de la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6129. Télécopieur : (613) 943-8806 ou en communiquant avec le service commercial, ambassade du Canada, C.P. 500 (HVAN), Ottawa K1N 8T7. Tél. : (011-53-7) 33-2516/17/27. Télex : (code de destination : 28) 51-1586 (CAN CU). Télécopieur : (011-53-7) 33-2044.

Cours sur la vente de services aux É.-U.

MONTREAL - 7 avril; **Ottawa** - 8 avril; **Vancouver** - 10 avril - La vente de services aux États-Unis : séminaire sur la commercialisation et l'exportation. Ces séminaires visent principalement les petites et moyennes entreprises canadiennes prêtes à exporter, qui exercent des activités dans le secteur des services professionnels. La session d'une journée portera sur un certain nombre de sujets qui intéressent les nouveaux exportateurs. On traitera de l'identifica-

tion des marchés et des partenaires stratégiques, des programmes d'aide gouvernementaux et des procédures de transit. Les frais de participation sont de 45 \$. Ils comprennent le déjeuner, les documents et la TPS. Pour plus d'informations et pour s'inscrire, communiquer avec Mme Margaret McNabb, Direction de l'expansion du commerce et du tourisme aux États-Unis, Ottawa. Tél. : (613) 998-9441. Télécopieur : (613) 990-9119.

Le commerce avec l'Amérique latine et les Antilles progresse

L'expansion des intérêts économiques du Canada en Amérique latine et dans les Antilles est l'un des principaux objectifs de la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC).

C'est ce qu'a déclaré le directeur de LGT, M. Douglas Campbell, lors de la récente rencontre inaugurale (section d'Ottawa) du Conseil canadien pour les Amériques, dont les objectifs épousent bien ceux de AECEC.

M. Campbell a expliqué devant les membres du Conseil comment le Ministère et sa Direction peuvent promouvoir le commerce canadien dans cette région avec laquelle les échanges commerciaux ont atteint 7,6 milliards \$ en 1991. Les exportations canadiennes ont augmenté de 8,9 % en 1991 par rapport à une augmentation de 7,6 % en 1990.

AECEC possède actuellement un réseau de 15 bureaux commerciaux en Amérique latine et dans les Antilles, dans lesquels œuvrent 28 délégués commerciaux secondés par 22 agents recrutés sur place.

La principale fonction de ces bureaux est de fournir des renseignements stratégiques sur le marché local et des conseils généraux aux exportateurs. Les

délégués peuvent conseiller les exportateurs sur l'attitude et l'approche à adopter sur certains marchés, préparent des études de marché, assurent la liaison avec des clients et agents locaux, recommandent des programmes de promotion spéciaux et veillent à ce que la politique du gouvernement canadien appuie les objectifs des exportateurs.

Les services du Commerce extérieur gèrent également un programme continu d'expositions, de missions et de séminaires de promotion des exportations. En 1991-1992, le Ministère a organisé 60 activités de ce genre. La plus importante a certes été Canada Expo 92, à Monterrey, au Mexique. Deux cent six exposants canadiens y ont participé.

Plusieurs autres foires et missions commerciales sont prévues au cours de cette année afin de permettre aux exportateurs canadiens de se familiariser avec les marchés, explorer de nouveaux débouchés et promouvoir l'exportation de leurs produits en Amérique latine et dans les Antilles.

Dans le contexte des discussions sur l'Accord de libre-échange nord-américain, le Mexique sera privilégié. AECEC y prévoit une quinzaine d'activités de promotion.

Les études sectorielles de marché que les délégués commerciaux font effectuer sont un autre service grandement apprécié. Ces études permettent aux exportateurs d'avoir un portrait précis des débouchés dans un secteur particulier et de mieux préparer leur stratégie de marketing.

Pour obtenir plus de renseignements sur le commerce et les affaires dans cette région ou des informations sur le Conseil canadien pour les Amériques, communiquer avec la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5546. Télécopieur : (613) 943-8806.

Le Pérou est ouvert... mais aux audacieux

Il faut en convenir, ce n'est pas facile de faire des affaires au Pérou. Les chances de percées sont souvent contrebalancées par une économie encore fragile et, dans certaines régions, par des troubles sociaux. Les entreprises audacieuses peuvent toutefois y trouver de fort intéressants débouchés.

En 1992, les sociétés qui font affaires au Pérou peuvent s'attendre à évoluer dans un contexte légal et économique de plus en plus attrayant mais toujours perturbé par une certaine instabilité politique et sociale.

Des mesures de redressement rigoureuses font leur preuve; l'inflation est maîtrisée (environ 24%), et l'économie se remet progressivement de la récession catastrophique de 1988-1990.

Les entreprises audacieuses tireront parti de l'un des codes d'investissements étrangers les plus libéraux en Amérique latine. La loi adoptée en septembre 1991 élimine les restrictions vieillottes sur l'investissement étranger et offre maintenant aux investisseurs de nombreuses garanties juridiques.

L'investissement privé est maintenant permis, même dans les secteurs qui étaient auparavant réservés à l'État, par exemple, le pétrole, les services publics, l'enseignement et la sécurité sociale.

En outre, un programme de privatisation de grande envergure prévoit la privatisation d'un bon nombre d'entreprises appartenant à l'État. Le retour du Pérou à la collectivité financière internationale en 1991 a quelque peu atténué les difficultés financières du pays; celui-ci a reçu un nouveau financement de la part d'organismes internationaux et l'on prévoit, pour cette année, un rééchelonnement important de ses dettes. La perspective d'intégration commerciale parmi les pays du Pacte andin (Pérou, Colombie,

(Voir page 11 — Le Pérou.)

Ligne de crédit pour le Venezuela

Les exportateurs Canadiens spécialisés dans les produits et services pour le secteur de l'huile et du gaz pourront vendre plus facilement aux acheteurs vénézuéliens grâce à une ligne de crédit de la SBB.

Les exportateurs peuvent recevoir un financement allant jusqu'à 35%.

Pour recevoir plus d'information communiquez avec le bureau de la Société pour l'Expansion des Exportations (SBB) le plus près de chez vous.

Le Pérou

(Suite de la page 10.)

Équateur, Bolivie et Venezuela) devrait encourager l'industrie locale à augmenter la productivité.

Au Pérou, les domaines qui offrent des débouchés aux entreprises canadiennes sont dans des secteurs traditionnels (exploitation minière) et nouveaux (pétrole, santé et gestion de l'eau).

Au cours des deux dernières années, l'exploitation minière a ralenti en raison de grèves et de la chute des prix des métaux. Le gouvernement espère éviter un autre désastre en privatisant l'entreprise minière appartenant à l'État, Centromin, et plus de 500 concessions minières.

Le gouvernement espère éviter un autre désastre en privatisant l'entreprise minière Centromine.

L'ambassade du Canada au Pérou a soigneusement identifié une centaine de concessions qui pourraient intéresser les investisseurs canadiens. (On peut se procurer cette liste auprès d'AECEC. Voir les personnes-ressources à la fin de l'article).

Autre élément positif, la résolution en 1991 d'un conflit juridique de longue date entre le gouvernement et la Southern Peru Copper Corporation, la plus grande entreprise d'exploitation minière du Pérou, nécessitera des investissements de 300 millions \$, au cours de cinq prochaines années.

On s'attend à ce que la production pétrolière atteigne en 1992 150 000 barils par jour. Des accords clés conclus avec des sociétés pétrolières étrangères favoriseront les investissements dans ce secteur.

Les projets prévus comprennent un contrat d'exploitation de 16,6 millions \$ avec Eurocan (Canada/Suisse) et un investissement de 60 millions \$ fourni par Occidental Petroleum. De nouveau, l'entreprise pétrolière appartenant à

28,5 M\$ pour moderniser l'agriculture au Chili

Plusieurs entreprises canadiennes peuvent bénéficier d'un important projet de modernisation agricole au Chili. Financé par la Banque Internationale de Développement, ce projet exigera l'importation de nombreux produits et services.

Un des plus importants projets, et qui intéressera sûrement les exportateurs canadiens, est certes l'implantation d'un système informatisé de relevés géographiques. Les compagnies qui ont déjà de l'expérience dans ce domaine et une bonne connaissance du milieu sud-américain, particulièrement du Chili, ne doivent pas rater l'occasion.

Ce projet nécessitera du matériel, des services professionnels et un suivi technique en conseils et formation tant pour la conception, le lancement que le fonctionnement du système.

Il fera aussi appel à des fournisseurs d'ordinateurs, de logiciels, de contrôles à distance sophistiqués, de photos aériennes et de données satellites. Cette partie du projet vise également à améliorer le fonctionnement des services de recherche et de financement en agriculture du pays.

Par ailleurs, 13,5 millions \$ seront consacrés à l'amélioration de l'agro-

foresterie et un autre 10 millions \$ pour la recherche et des transferts de technologies dans ce domaine.

On aura besoin de beaucoup de matériel de laboratoire vétérinaire et plusieurs agronomes seront mis à contribution pour l'implantation de stations de quarantaine et de postes de contrôle de la qualité des végétaux.

Il sera aussi nécessaire d'importer plusieurs véhicules et leur outillage pour la construction des laboratoires et de nombreux tracteurs pour les petits fermiers, les coopératives et des travaux de recherche environnementale.

Le ministère de l'Agriculture du Chili agira comme maître d'œuvre du projet mais en délèguera plusieurs parties à ses agences : le Service Agricole (SAG), l'Institut de recherche agricole (INIA) et la Division de la recherche et du budget (DEP).

Les entreprises qui y voient des débouchés doivent s'enquérir directement à ces agences et consulter au préalable le service commercial de l'ambassade du Canada, Casilla 771, Santiago, Chili. Télécopieur : (011-56-2) 696-0738; télex : (Code de destination 240 341) (240 341 DMCAN CL).

l'État, Petro-Peru, a préparé un ensemble de mesures visant à attirer la participation des sociétés étrangères aux projets de forage.

Au Pérou, la récente épidémie de choléra a prouvé qu'il était nécessaire de mettre l'accent sur le traitement, la purification et la gestion de l'eau, ainsi que sur le secteur de la santé en général. C'est d'ailleurs ce que fait le gouvernement du pays. Le mois prochain, AECEC organisera une mission en Amérique latine, incluant le Pérou, en vue d'étudier la participation d'entre-

prises canadiennes aux efforts du gouvernement péruvien visant à améliorer les services médicaux.

Pour de plus amples renseignements sur les débouchés commerciaux éventuels au Pérou, communiquer avec M. George Lemieux, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5548. Télécopieur : (613) 943-8806.

PUBLICATIONS

Un guide des investisseurs au Costa Rica

Centram Entreprises Ltd de Vancouver offre aux gens d'affaires intéressés à investir au Costa Rica un abonnement au guide annuel qu'elle publie.

L'abonnement au *Guide 1992 des affaires et de l'investissement au Costa Rica* (The 1992 Guide to Business and investment in Costa Rica) permet de recevoir régulièrement sans frais une liste des débouchés dans ce pays.

Les divers chapitres du Guide contiennent des informations générales et de nombreuses autres sur les normes concernant les investissements, leur financement et les aspects légaux qui s'y rattachent.

Des frais sont exigés pour chacune des parties du Guide. Pour obtenir un formulaire d'abonnement ou plus d'information, communiquer avec Centram Entreprises Ltd, C.P. 1372, Succ. A, Vancouver C. -B., V6C 2T2. Tél. : (604) 683-7824; télécopieur : (604) 736-4812.

La protection de la propriété intellectuelle

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada en collaboration avec le Fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon, vient de publier un guide sur *La protection de la propriété intellectuelle au Japon* (#167 CB).

Le document est destiné à aider et à orienter les entreprises et les chercheurs conscients des avantages de la collabo-

ration avec le Japon.

Une meilleure connaissance des règles et des pratiques qui régissent la propriété intellectuelle dans ce pays devrait permettre aux Canadiens de prendre des décisions en toute connaissance de cause et de limiter les possibilités de malentendus entre partenaires des deux pays.

L'étude précise d'ailleurs que les échanges commerciaux bilatéraux du Canada avec les pays de la région du Pacifique dépasse ses échanges avec l'Europe et que plus de la moitié des échanges avec l'Asie s'effectuent avec le Japon.

On peut obtenir une copie de l'étude auprès d'Info Export dont les coordonnées apparaissent dans la cartouche au bas de cette page.

L'équipement minier en Inde

Le secteur public indien se tourne de plus en plus vers le privé pour accélérer le développement du secteur minier. Des stimulants comme la permission d'importer des composants et des pièces de rechange hors-taxe sont utilisés pour encourager la croissance du secteur.

C'est ce qui ressort d'une étude publiée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada intitulée *Débouchés pour le Canada dans l'industrie indienne de l'équipement minier* (#168CA).

Les facilités de production locale existent et permettent de répondre à plusieurs besoins. Dans le cadre du huitième plan quinquennal, qui a débuté en

1990, des équipements d'une valeur d'environ 3,2 milliards \$ seront requis par le secteur minier, dont 25% prendront possiblement la forme d'équipements ou de composants importés.

Il existe plusieurs occasions d'affaires, que ce soit par vente directe ou en association, ou encore par échange technologique, un domaine où les manufacturiers canadiens se sont créés une excellente réputation en Inde.

Gaz et pétrole en Inde

Dans le but d'augmenter la part canadienne du marché indien dans l'industrie pétrolière qui est en pleine croissance, le consulat général du Canada à Bombay a préparé une étude intitulée *Profil de l'industrie de l'équipement dans le secteur pétrolier et gazier en Inde* (#166CA). (Industry Profile oil. Oil and Gas Equipment Industry in India).

Des compagnies pétrolières et gazières canadiennes entretiennent déjà des relations d'affaires avec la Oil and Natural Gas Commission et selon l'étude des débouchés additionnels existent dans une grande variété de domaines.

On peut se procurer ces deux dernières études auprès d'Info Export (voir les coordonnées dans la cartouche ci-dessous) ou en s'adressant au délégué commercial, consulat général du Canada, 41/42 Makers Chambers VI, 4e étage, Jamnalal Bajaj Marg, Nariman Point, Bombay 400021, Inde. Tél. : (011-91-22) 287-5479, 287-6027; télécopieur : (011-91-22) 287-5514.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service clientèle des postes / Canada Post Corporation
Part payé Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°7

15 avril 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Que le meilleur agent du Service extérieur se lève

Avez-vous, à titre d'exportateur canadien, obtenu de l'excellent service d'un agent du Service extérieur en poste à Ottawa ou dans une de nos missions à l'étranger? Dans l'affirmative, nous aimerions le savoir.

L'Association professionnelle des agents du Service extérieur (APASE) a lancé le premier prix destiné à souligner et à encourager l'excellence dans le Service extérieur canadien. Le Prix des agents du Service extérieur canadien repose sur un processus ouvert de mises en candidature. Plus particulièrement, nous accueillerions volontiers des mises en candidature de la part du milieu canadien des affaires qui œuvre étroitement en collaboration avec le Service extérieur.

Pour présenter la candidature d'un agent, il suffit d'envoyer à l'APASE une lettre de deux ou trois pages donnant un ou plusieurs exemples du rendement de l'agent en cause. Les agents du service diplomatique, jusqu'à concurrence du rang de conseiller, sont admissibles au prix. Les mises en candidature seront examinées par un jury indépendant composé d'éminents Canadiens. La date limite de réception des mises en candidature pour le prix de 1992 a été fixée au 30 avril 1992. Prière d'envoyer toutes les mises en candidature à:

L'Association professionnelle des agents du Service extérieur, 45, rue Rideau, (pièce 600), Ottawa, Ontario K1N 5W8. Téléphone: (613) 234-1391. Télécopieur: (613) 234-4018.

Une base de données permet d'accéder à 20 000 technologies

Les industries canadiennes peuvent maintenant trouver plus facilement des marchés pour leurs innovations technologiques au moyen d'un système récemment introduit au Canada.

La première étape consiste à s'inscrire à la *World Bank of Licensable Technology*, une base de données internationale établie depuis longtemps. Au Canada, on y accède par l'intermédiaire du bureau du Canadian Industrial Innovation Centre à Waterloo, Ontario.

La *World Bank of Licensable Technology*, qui représente une amélioration de la stratégie d'acquisition de technologie, est une excellente source d'information.

Les entreprises peuvent maintenant épargner des milliers de dollars en voyages et en personnel obligé de pas-

ser de nombreuses heures à scruter le marché pour dénicher la ou les technologies désirées. Cette base de données internationale facilite donc grandement le transfert de technologies.

La *World Bank of Licensable Technology* possède actuellement des bureaux aux États-Unis, au Canada, au Japon, en Tchécoslovaquie, en Chine et dans la Communauté des États Indépendants.

Chaque bureau international est responsable de répertorier des technologies sur son territoire et d'en faire la promotion. Les bureaux font également la promotion des technologies des autres pays. Quelque 2000 entreprises par année sont approchées et la base de données contient maintenant plus de
(Voir page 2 — Une base de données.)

Le commerce de compensation à Cuba n'est pas acquis d'emblée

En dépit des déboires économiques que vit Cuba, le commerce de compensation, quoiqu'il soit toujours possible, ne doit pas être pris pour acquis. L'ambassade du Canada à La Havane ne veut pas décourager les entreprises de chercher des ententes en ce sens et de s'en informer auprès d'elle. L'ambassade veut clarifier la politique du gouvernement cubain sur le sujet parce qu'elle a reçu une avalanche d'appels d'exportateurs plus ou moins bien informés.

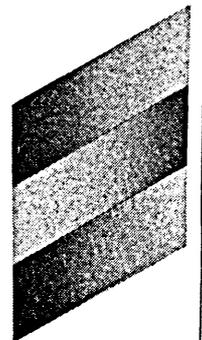
L'ambassade précise que malgré les engagements de Cuba d'étudier tous les dossiers d'échanges compensatoires et de troc, le pays demeure réticent devant cette forme de commerce qu'il considère dégradant.

Une porte-parole gouvernementale a

récemment laissé savoir que les offres d'échanges compensatoires ne seraient acceptées que si elles touchaient des produits d'un même secteur. Cette politique, a-t-elle dit est conforme avec la volonté de l'État d'accorder plus de liberté aux entreprises et de mieux les laisser disposer de leurs bénéfices en
(Voir page 2 — Le commerce.)

DANS CE NUMÉRO

Contrats décrochés	3
Débouchés commerciaux	4
Foires et missions	5-7
Importateurs aux Honduras	6
Calendrier et publications	8



Canada

Lignes de crédit renouvelées avec la Colombie et le Chili

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) a récemment renouvelé deux lignes de crédit, l'une à la Colombie et l'autre au Chili.

Les exportateurs canadiens qui traitent avec des acheteurs colombiens peuvent bénéficier d'une ligne de crédit de 10 millions \$US consentie à l'Instituto de Fomento Industrial (IFI).

La SEE peut prêter un montant représentant jusqu'à 85% du prix d'achat des biens et services canadiens. Les fonds sont versés par la SEE à l'IFI qui, à son tour, les prête à des acheteurs colombiens.

La SEE a aussi renouvelé une ligne de crédit de 5 millions \$US avec la Banco O'Higgins du Chili, une banque de taille moyenne mais un chef de file dans les services de financement à l'importation et à l'exportation offerts aux entreprises chiliennes.

Numéro à noter

Tous les numéros de téléphone qui commencent par 1 à Ankara commencent maintenant par 4. Les numéros de l'ambassade sont les suivants: Ambassade: (011-90-4) 436-1275; Section commerciale: (011-90-4) 446-2811.

Une base de données

(Suite de la première page.)

20 000 technologies.

La *World Bank of Licensable Technology*, dont le siège social est situé en Floride, a été établie il y a 19 ans. Ce bureau maintient un réseau de spécialistes du transfert de technologies à l'échelle mondiale. Ceux-ci réunissent des données auprès des pays qui ne sont pas encore représentés par la *World Bank*. Dans chaque bureau, les données sont mises à jour tous les mois.

Il est important que la technologie canadienne soit amplement représentée dans la base de données afin que les entreprises canadiennes s'assurent que leurs produits sont compétitifs sur le

plan de la technologie dans le monde entier. Par conséquent, on encourage les industries canadiennes à inscrire gratuitement sur la liste des technologies qui peuvent faire l'objet de concession de licences. Toutefois, la technologie doit offrir des possibilités commerciales.

Pour obtenir plus d'information, communiquer avec Susan White, directrice, *World Technology Database*, Canadian Industrial Innovation Centre/Waterloo, 156 Columbia Street West, Waterloo, Ontario N2L 3L3. Tél. : (519) 885-5870. Télécopieur : (519) 885-5729.

Le commerce...

(Suite de la première page.)

devises fortes.

En d'autres mots les entreprises cubaines veulent bien écouler leurs produits et être payés en équivalence mais ne veulent plus être les sauveteurs des autres secteurs économiques en difficulté. Par exemple, l'industrie chimique a échangé du soufre contre divers produits chimiques et ALIMPORT a fait de même pour des citrons en échange de boeuf.

Les négociations deviennent tendues quand il est question de produits que

Cuba peut vendre aisément en devises fortes, tels que le sucre, le nickel ou le rhum. Cuba préfère traiter avec des exportateurs de matières premières ou de technologies qui serviront à relancer les usines dont la production pourra ensuite bénéficier à ces investisseurs.

Cuba se dit particulièrement ouvert à des ententes concernant des matières premières en retour de matériel médical (Voir Vol. 10 no 4), de papier et de produits en papier, de matériaux de construction, de dérivés d'agrumes, de machinerie légère et d'ordinateurs.

Jusqu'à maintenant l'ambassade du Canada n'a reçu aucune offre en ce sens. La majorité des demandes qu'elle reçoit vise des produits que Cuba exporte déjà en retour de devises fortes.

Pour plus d'information, communiquer avec la Section commerciale de l'ambassade du Canada, C.P. 500 (HVAN), Ottawa, K1N 8T7 Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Téléex : (Code de destination 28) 511586 (CAN CU)

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:

René-François Désamoré

Rédacteur: Don Wight

Collaborateur: Réal Bouvier

Téléphone: (613) 996-2225

Télécopieur: (613) 992-5791

Tirage: 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à: CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

CONTRATS DÉCROCHÉS

- **ATCO Entreprises Ltd**, de Calgary, a négocié un contrat avec l'Entreprise Nationale de Forage en Algérie en vue d'équiper cinq campements de forage. Ce projet reçoit un financement de la SEE pour la somme de 12,1 millions \$ et devrait créer 350 années-personnes d'emploi au Canada.
- **Babcox & Wilcox**, de Cambridge, Ontario, a été informée de l'obtention d'un contrat pour la fourniture, à Taiwan, de quatre centrales thermiques alimentées au charbon et au mazout. Le contrat a une valeur d'environ 290 millions \$CAN.
- La Corporation du commerce canadien (CCC) a adjugé un contrat de 8,4 million \$US à **Racal Filter Technologies Limited** de Brockville, Ontario. Le contrat prévoit la fabrication et la fourniture de filtres C₂ utilisés dans les masques à gaz de l'Armée américaine.
- La société **Fenco Engineers Inc.** de Willowdale en Ontario et **SNC-Lavalin INC. Chili S.A.**, filiales de **SNC-Lavalin Inc.**, ont signé avec la **Compania Minera Disputada de Las Condes S.A.**, de Santiago du Chili un contrat à forfait clé en main de 23 millions \$US portant sur l'ingénierie, l'approvisionnement, la construction et la gestion de projet d'une usine d'acide sulfurique. Le travail commence immédiatement et la production devrait démarrer au début de 1994.
- **New Flyer Industries**, de Winnipeg, a signé un contrat de 12,6 millions \$US pour la fourniture de 60 autobus à la Commission de transport régional de Las Vegas, Nevada.
- **Pro-Eco**, Mississauga, a vendu de l'équipement et fournira des services de rénovation grâce à une ligne de crédit de la SEE de 1,9 million \$. **Pro-Eco** est un dessinateur et un manufacturier spécialisé dans une variété d'équipement pour l'industrie du métal en feuilles.
- **Orca Design International Inc.**, Port Alberni en Colombie Britannique, fournira 60 maisons préfabriquées en cadre commandées par le Japon. Le projet est estimé à plus de \$6 million de dollars canadien.
- **SNC-Lavalin**, Montréal, a signé un accord avec le **Bangkok Skytrain Construction Consortium** pour la construction et l'exploitation du métro aérien de Bangkok. Le rôle de **SNC-Lavalin** sera de fournir les services de gestion de projet et d'ingénierie pour une valeur de 500 millions de dollars.
- **Stohtert Entreprises Private Ltd.**, une filiale du groupe **Stohtert** de Vancouver s'est vu accorder un contrat de 4,2 millions \$ d'une durée de trois ans pour l'assistance technique à la **Vinh Phu Paper Union** du Vietnam, un fabricant de pâtes et papiers.
- **VME Equipment**, dont le siège social est à Guelph, a vendu quatre camions **Euclid** et du matériel connexe à un acheteur mexicain grâce à un financement de la SEE de 1,8 million \$US. Ce contrat a créé environ 55 années-personnes d'emploi au Canada.
- Une société d'Edmonton, **Weatherford Oil Tool Co.**, fournira du matériel d'exploitation de champs pétroliers à l'Inde. Cette transaction de 200 000 \$ est financée par la SEE et l'ACDI.
- **John T. Hepburn Limited** obtient un contrat de la Chine pour la fabrication de presses. Le projet totalise plus de 1,7 M \$US. Manufacturées à Mississauga, les pièces sont expédiées à une importante industrie automobile de la Chine.
- **La Prudential Steel Ltd.**, de Calgary, fournira à la Commission du pétrole et du gaz naturel de l'Inde des tubes de cuvelage en acier sans soudure dans le cadre d'une transaction appuyée par un prêt pouvant atteindre 2,17 millions \$US, consenti par la SEE, et par une subvention de 1,33 million \$US, accordée par l'ACDI.
- **Spar Aerospace** de Mississauga a décroché un contrat d'une valeur de 6 millions \$US pour la production des nouveaux systèmes d'enregistrement des données et de positionnement qui s'échelonnent sur une période de 2 ans. Les premiers appareils seront livrés à la Marine américaine à la fin de 1992.
- Les gouvernements d'Arabie saoudite et des Émirats arabes unis achèteront du matériel informatique et des logiciels de **B. & Y. Technological Enterprises Ltd.**, de Mississauga. La valeur du contrat est de 1,5 million \$.
- La société **Noswco Wells Services**, de Calgary, vendra trois pompes à acide montées sur camion, ainsi que les équipements et pièces de rechanges connexes, à la Commission du pétrole et du gaz naturel de l'Inde. Cette transaction est rendue possible grâce à un financement de 894 000 \$ de la Société pour l'expansion des exportations et une subvention de 548 000 \$ de l'Agence canadienne de développement international. Elle créera 15 années-personnes d'emploi.
- **Mitel Corporation**, d'Ottawa, fournira cinq systèmes de commutation **GX5000** et des services d'installation à **COTAS LTDA**, en Bolivie, grâce à un financement de 625 000 \$US de la SEE. On prévoit que cette transaction créera 24 années-personnes d'emploi au Canada.

Le marché agricole et de l'élevage à Panama

Panama, le pays d'Amérique centrale ayant l'un des plus hauts niveaux de vie, pratique une politique tarifaire qui tend à favoriser surtout l'importation de produits manufacturés et à attirer les industries de services, surtout les institutions bancaires.

Le marché agricole est actuellement protégé par des quotas, des licences d'importations et des droits de 40%. Toutefois, une analyse récente laisse prévoir pour bientôt l'abandon des quotas et des licences d'importations pour les produits agricoles et le bétail.

Ces constatations sont tirées de l'étude de marché *Market Study - Agriculture and Livestock Sector - Panama* (#60LA) disponible auprès d'Info Export (voir page 8).

Les Panaméens sont de gros consommateurs de boeuf et de porc et la pro-

duction locale de ces deux denrées s'est accrue graduellement au cours des dernières années. Les importations ont diminué d'autant. Les exportateurs peuvent tout de même trouver au Panama un marché pour des viandes traitées en conserve, des jambons fumés et des parties telles que les pieds de porc et les queues.

Panama importe environ 75 000 kg de boeuf par année mais de 2,5 à 3,5 millions de kilos de porc. L'importation de porcs de reproduction semble vouloir continuer à croître au fur et à mesure que la production locale augmente. En 1990, Panama a importé 151 géniteurs principalement du Canada.

Dans le domaine laitier, Panama importe environ 3,1 millions de kilos de lait en poudre par année et de trois à quatre millions de kilos de vaches

laitières.

Le marché de l'insémination artificielle dans l'industrie porcine demeure largement ouvert tandis que la transplantation embryonnaire demeure inconnue au Panama.

Les éleveurs ont pris conscience de la nécessité d'améliorer la qualité génétique de leurs troupeaux et regardent de plus en plus du côté des bêtes génitrices de qualité.

La production de pommes de terre s'est beaucoup développée à Panama et quoique l'importation de germes avait diminué depuis quelques années, on peut s'attendre à une reprise. Les institutions financières du pays exigent maintenant des producteurs qu'ils utilisent des germes certifiés. Les variétés les plus utilisées sont l'Amigo, le

(Voir page 7 — Le marché.)

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

PANAMA - Un groupe d'hommes d'affaires de Taiwan projette d'investir environ 500 millions \$US au cours des six prochaines années sur la côte Atlantique du Panama. Ils veulent y aménager des zones franches de droits et des parcs industriels ainsi qu'un complexe domiciliaire de 10 000 maisons et deux hôtels. Le consortium est prêt à négocier avec toute entreprise canadienne qui peut lui fournir les matériaux ou les services nécessaires à la réalisation du projet. Communiquer avec Alberto Gao, directeur, Isla Margarita Group, Apartado 3260, Colon Free Zone, Colon, Panama. Tél. : (011-507) 413696; télécopieur : (011-507) 418541.

TAIWAN - Un manufacturier-exportateur avec un chiffre d'affaires d'environ 180 millions \$US cherche à

importer des dispersions de polyuréthane pour revêtements, adhésifs et textiles; un système électrolytique de plaquage de résine pour peintures et des photorésistants; des résines de polystyrène biodégradables. Communiquer avec Shun-Ren Huang, Recherche et développement, Eternal Chemical Co. Ltd. 578 Chien-Kung Rd. Kaohsiung, Taiwan. Tél. : 886-7-3837951; télécopieur : 886-2-38377956.

ROUMANIE - Un consortium est en quête de capital d'investissement pour la production de jus de pomme (le marché est ouvert); pour la modernisation d'industries papetière et de meubles et l'expansion d'une entreprise privée agro-alimentaire. Communiquer avec Stellan Medianu, Dollarz S. R. L., Cariei St. 43, 2200 Brazov, Roumanie. Tél. : 4021-50666.

TAIWAN - Un manufacturier exportateur avec un chiffre d'affaires de 85

millions \$US cherche à importer du papier photographique métallisé décoratif et de la pellicule holo-graphique. Il serait disposé à défrayer les frais pour former sa main-d'œuvre et les honoraires d'ingénieurs pour superviser le démarrage de sa nouvelle usine. Communiquer avec Ling Tang Chun, Long Chen Paper Co. Ltd., 1-1 Kuang Hsin Lane, Erhlin Town, Cheng Hua Hsien, Taiwan. Tél. : 886-4-7612171/8; télécopieur : 886-4-7612170.

TAIWAN - Un manufacturier de produits biologiques avec un chiffre d'affaires de 1,8 million \$US veut importer des vaccins contre la rage et des cultures de tissus pour la production de vaccins contre le choléra porcine. Communiquer avec David Lin, Kaohsiung Biological Product Co. Ltd., 634 Section 1, Chunsan Rd. Tenwel, Hunei Hsiang, Kaohsiung Hsien, Taiwan. Tél. : 886-7-6933315; télécopieur : 886-2-6931345.

Foires et mission en Afrique et au Moyen-Orient en 1992-1993

Voici la listes des foires commerciales et des missions en Afrique et au Moyen-Orient auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada participera au cours de l'année fiscale 1992-1993. Pour plus d'information, communiquer avec Eric Brown, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, tél. : (613) 990-6592; télécopieur : (613) 990-7437.

- Mission sur les services au Magreb - Avril 1992 - Algérie, Maroc et Tunisie.
- Foire commerciale internationale du Zimbabwe (Kiosque d'information) - Avril 1992.
- Exposition sur l'énergie, l'électronique et les communications (kiosque d'information) - Avril 1992 - Téhéran, Iran.
- Exposition d'équipements et de machinerie minière (kiosque d'information) - Avril/mai 1992 - Téhéran, Iran.
- Visité d'une mission d'Arabie saoudite à l'Exposition des plastiques, à Toronto. - Mai 1992.
- Mission sur la machinerie de construction et les services connexes en Israël. Mai 1992.
- Séminaire sur les techniques du forage à angle pour le pétrole et le gaz naturel - Juin 1992 - Alger.
- Participation de l'Iran, du Koweït, d'Israël, de l'Égypte, de la Tunisie, de l'Algérie et de la Syrie à l'Exposition nationale du pétrole. - Calgary - Juin 1992.
- Des acheteurs de l'Iran, de Syrie, du Liban, de Jordanie et de l'Égypte sont invités à l'Exposition canadienne des innovations de la ferme. Juin 1992 - Regina.
- Rencontre de la Commission économique conjointe Canada-Iran - Juin 1992 - Iran.
- Mission sur la construction au Liban et en Jordanie - Juillet 1992.
- Mission et séminaires sur les services, la technologie et les équipements de protection de l'environnement en Israël - Septembre 1992.
- Participation à la Foire internationale de Damas. (kiosque d'information) - Septembre 1992 - Damas, Syrie.
- Mission sur les télécommunications en Israël - Octobre 1992.
- Mission sur l'instrumentation au Koweït, dans les Émirats arabes unis et l'Empire d'Oman - Octobre 1992.
- Participation à Saudi AG 92 - Octobre 1992 - Riyadh, Arabie saoudite.
- Participation à la Foire commerciale internationale de Téhéran (pavillon national) - Octobre 1992. Téhéran, Iran.
- Participation à la Foire internationale du Golfe (Kiosque d'information) - Novembre 1992 - Bahrein.
- Mission sur le pétrole et le gaz en Égypte - Novembre 1992.
- Mission sur les systèmes de transports au Maghreb - Novembre 1992 - Algérie, Maroc et Tunisie.
- Participation à Motexha 92, Foire du vêtement (kiosque d'information) Novembre 1992 - Dubai, Émirats arabes unis.
- Mission de la Chambre de commerce Canada-Israël en Israël - Novembre 1992.
- Participation à Astex 92, Matériel et services de sécurité - Décembre 1992 - Ryad, Arabie saoudite.
- Semaine du Canada dans les Émirats arabes unis - Janvier 1993.
- Mission sur la gestion et les services agricoles en Algérie - Janvier 1993.
- Participation à Saudicom 93, Produits et services de télécommunications - Janvier 1993 - Koweït et Arabie saoudite.
- Rencontre de la Commission économique conjointe Canada-Arabie saoudite - Février 1993 - Riyadh, Arabie saoudite.
- Mission sur le pétrole et le gaz en Iran - Février 1993.
- Mission sur les produits de consommation et les maisons de commerce au Koweït et en Arabie saoudite - Février 1993.
- Séminaires au Maghreb sur les services, les techniques et les équipements de protection de l'environnement - Février 1993 - Algérie, Maroc et Tunisie.
- Foire commerciale internationale du Caire (kiosque d'information) - Février 1993.
- Mission sur les services d'éducation et de santé en Afrique de l'Est - La date reste à déterminer.
- Mission sur le pétrole et le gaz au Nigeria - Date à déterminer.
- Visite d'une mission sur les télécommunications rurales en Afrique Centrale. Date à déterminer.

Séminaires sur le potentiel du bois ouvré en Europe

La Direction de la Communauté européenne d'AECEC organise en collaboration avec le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse des séminaires d'une journée portant sur les débouchés pour le bois ouvré en Europe.

Le séminaire d'Halifax aura lieu au World Trade Centre le 28 avril. Communiquer avec Marjorie Shaw, tél. : (902) 6658, télécopieur (902) 426-2624.

Au Nouveau-Brunswick le séminaire aura lieu au Complexe forestier des Maritimes de Fredericton, le 29 avril. Communiquer avec Sadie Perron, tél. : (506) 851-6445; télécopieur : (506) 851-6429.

Fournisseurs canadiens en demande au Honduras

Les entreprises canadiennes qui veulent s'impliquer commercialement au Honduras y trouveront d'intéressants débouchés, bien que l'économie de ce petit pays de 3 millions d'habitants ne soit pas des plus reluisantes.

Les exportateurs pourront d'ailleurs constater que le Honduras a libéralisé son contrôle sur les devises étrangères et réduit substantiellement ses droits d'importations.

De plus, le pays dispose d'un financement de la Banque mondiale de 700 millions \$US, étalé sur trois ans. Les entreprises canadiennes doivent surveiller de près les appels d'offres pour en tirer profit.

Les secteurs les plus prometteurs sont l'hydro-électricité, les télécommunications, l'approvisionnement en eau, les transports et l'éducation.

Entre-temps, les délégués commerciaux de l'ambassade du Canada au Costa Rica ont dressé une liste de gens d'affaires du Honduras intéressés à s'approvisionner en biens ou services auprès de compagnies canadiennes. L'ambassade du Canada suggère de traiter directement avec ces entreprises qui peuvent s'avérer de bons agents locaux. Les demandes figurent en caractères gras.

- **Resortes de Honduras, Ing. Louis Gustavo Hernandez D. , Gerente General, APDO 17777, Tegucigalpa, Honduras. Machinerie pour fabriquer des lames de ressorts.**
- **Inversiones Santa Lucia, Colonia Miraflores sur, B35, C#33, Tegucigalpa. Tél. : 504-335202, 3256667. Matériel de bureau et d'imprimerie et de la machinerie de construction.**
- **New Mark Representaciones, S. de R. L. , Lic. Jose Abraham Lozano, Gerente de Ventas, Apartado 3283, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504- 323476, 321545. Télécopieur--: 504-326740, 325826. Matériel électrique (transformateurs, compteurs, ampoules et autre quincaillerie).**
- **S & M Distribuciones, S. de R. L. , Sal Alvarez, Presidente, Sendero Alpha, #1226, Col. Humaya, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-336062, 321545; télécopieur : 504-336062. Produits diététiques, du lait en poudre, du fil et des abrasifs.**
- **Agencia Fasquelle, S.A. , Zonia M. de Flores, Gerente Regional, Apartado 472, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-370584, 373152; télécopieur : 504-379715. Pièces et accessoires d'automobiles, l'outillage et de la machinerie de stations de services.**
- **Florida Auto Partes, S de R. L. , Lic. Miguel R. Carias, Gerente, Apartado 20546, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-377239; télécopieur: 504-374081. Véhicules lourds et des pièces pour camions.**
- **Rolando Martinez Flores, Vilma Beatriz Rubio, Gerente, Apartado 3375, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-376400. Cadeaux, artisanat, jouets et jeux.**
- **Intexim, Lic. Renato Arana Lacayo, Gerente General, Apartado 20229, Tegucigalpa, Honduras. Tél./ Télécopieur : 504-333455. Fourniture de soins vétérinaires, antibiotiques et vitamines pour l'aviculture.**
- **Pharmabel S. de R. L. , Lic. Renato Arana Lacayo, Gerente General, Colonia el Prado, Edif. Syre. Comayaguela, Honduras. Tel. : 504-333455. Médicaments génériques.**
- **Centro Oftalmologico Santa Lucia, Dra. Mara Christina G. de Handall, Gerente Administrativo, Ave. La Paz, No 2821, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-380077; télécopieur: 504-380319. Produits optiques en verre et en plastique.**
- **Corporacio Farmaceutica S. de R. L. , Dra. Mara Christina G. de Handall, Gerente Administrativo, Avenida La Paz, No, 2821, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-380077; télécopieur : 504-380319. Produits pharmaceutiques.**
- **Commercial Automotriz Dirz S. R. L., Wildredo Ramrez Triminio, Gerente General, Apartado Postal 264, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-370917; télécopieur : 504-370916. Pièces et accessoires d'automobiles, des plastiques et machinerie de transformation.**
- **Carlos Rodrigo Caldron R. , Apartado 2472, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-322024. Produits pharmaceutiques et pour soins médicaux.**
- **Grupo Icic S. de R. de C. V. , J. A. Lopez, Gerente, Apartado No. 822, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-371624; télécopieur : 504-222342. Matériel médical et produits pharmaceutiques.**
- **Farmacia Santa Maria Topoyac/ Farmacia San Jorge, Ing Carpio, Empresario, Apartado 3841, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-325154; télécopieur : 504-325945. Médicaments et machinerie d'emballage pour cigares.**
- **EHIV, S. de R. L. de C. V. , Ing. Guillermo E. Valle M., Presidente, blvd. Morazn, No. 2000, Cont. A Classic, Col. Palmira, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-313061. Pièces pour machinerie lourde, matériaux de construction, matières plastiques et matériel industriel de base.**
- **Laboratorio Minero Metalurgico, Ing. Jose Len Murillo B. , Gerente Proprietario, 4TA, Calle No. 3216, Colonia las Colonas, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 311494. Association avec des conseillers canadiens dans le secteur du traitement des métaux.**
- **Cruz Lorena S.A. , Roberto Alvarado, Gerente General, Apartado Postal 20271, Tegucigalpa, Honduras. Tél. : 504-333491; télécopieur: 504-334780. Pièces d'automobiles et de bicyclettes, matériaux de construction, accessoires de réfrigération et fourniture complète pour cliniques médicales.**

Global Connections 92 place les services à l'exportation en première ligne

MARKHAM - Le secteur des services qui épaula si bien l'effort des exportateurs sera à l'honneur à la foire **Global Connections 92** qui aura lieu à Markham, en Ontario, les 14 et 15 octobre et à Atlanta, en Georgie, les 18 et 19 novembre 1992.

Global Connections 92 mettra en vedette quelque 400 exposants, parmi lesquels on retrouvera des transporteurs internationaux, des banques, des études de droit, des maisons de courtage, des compagnies d'entrepôt, des maisons de commerce et de nombreuses firmes de camionnage et des transitaires.

Les 5000 visiteurs attendus pourront aussi y rencontrer des représentants de compagnies d'emballage, de traduction, de télécommunications, de courtage immobilier international, de compagnies aériennes et maritimes, d'agences de voyages, de chaînes hôtelières, d'agences gouvernementales et de

commercialisation.

Des délégués commerciaux d'AECEC seront sur place pour aider les gens d'affaires dans leurs démarches.

À Markham, l'accent sera mis sur les échanges commerciaux avec le Mexique tandis que l'exposition d'Atlanta sera plus largement consacrée au commerce entre les États-Unis, le Canada et le Mexique.

Global Connections permettra aux visiteurs canadiens de faire la connaissance de compagnies mexicaines par le truchement de messages vidéo pré-enregistrés qui seront diffusés dans un centre réservé à cet effet.

Les compagnies canadiennes qui ne peuvent participer à ces deux événements pourront bénéficier du même service pour faire connaître leurs produits ou services offerts.

Pour présenter un vidéo, il faut en faire la demande à **Global Business**

Video, a/s Kenneth Caplan & Associés, suite 200, 200 Town Centre Blvd., Markham, Ont. L3R 8G5. Tél. : (416) 940-6911. Télécopieur : (416) 940-6915.

Pour plus d'information sur **Global Connections 92** elle-même (inscription, coût, etc.) communiquer avec le promoteur, **Exsel Marketing Inc.**, 940 Landsdowne Ave., Toronto M6H 4G9. Tél. : (416) 534-3677. Télécopieur : (416) 534-2739

Foire de l'outillage en Angleterre

BIRMINGHAM - Le Canada possédera son aire d'exposition à **Mach 92**, l'exposition de technologie d'usinage et d'outillage qui aura lieu à Birmingham du 6 au 16 mai 1992.

Cette exposition présentera les dernières innovations technologiques de coupe et de mise en forme, incluant les systèmes laser et automatisés ainsi que tout l'outillage spécialisé connexe.

Pour plus d'information, communiquer avec **Walter Hughes**, haut-commissariat du Canada, Londres. Tél. : (011-44-71) 629-9492 ou avec la Direction des expositions et des missions - Europe d'AECEC : télécopieur, (613) 995-6319.

Foire du bâtiment en Australie

BRISBANE - Les exportateurs canadiens innovateurs dans le domaine des matériaux de construction et de la quincaillerie auront l'occasion de présenter leurs catalogues et autres matériel promotionnel au kiosque du Canada, à la foire du bâtiment **Interbuild Queensland** qui aura lieu à Brisbane, en Australie du 24 au 26 mai 1992.

Cette grande foire attire des acheteurs australiens, de Nouvelle-Zélande et du Sud-Pacifique et de l'Asie. Les entreprises intéressées doivent faire parvenir leur matériel promotionnel au Consulat général du Canada, 8e étage, 50 Bridge St., Sydney, New South Wales, 2000, Australie. Tél. : (61-2) 231-7022; télécopieur : (61-2) 223-4230.

Le marché agricole et de l'élevage à Panama (Suite de la page 4.)

Granola et l'Escort. En 1990, les producteurs panaméens ont importé 10036 sacs de 50 kg de pommes de terre de semence.

Dans le domaine des graines fourragères, un programme gouvernemental vise à améliorer la qualité et la quantité du fourrage et devrait ouvrir le marché à de nouvelles variétés. Au cours des quatre dernières années les agriculteurs

panaméens ont importé environ 7000 kg de graines de semences.

Avant d'aborder le marché de l'importation panaméen dans le domaine agricole il est essentiel d'établir des liens avec un agent local ou un distributeur reconnu par les autorités gouvernementales. Cet intermédiaire facilitera les communications avec les clients autant que les formalités

administratives qui peuvent s'avérer ardues.

Pour info, s'adresser à **Tom Bearss**, Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

AU CALENDRIER

CALGARY - 5 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec Jim Christie. Tél.: (403) 294-0928;
VANCOUVER - 6 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec R. Johnson. Tél.: (604) 666-6807;
LONDON - 12 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec Jan Dvorak. Tél.: (519) 645-5828;
TORONTO - 13 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec R. McCorkindale. Tél.: (416) 973-5991;
OTTAWA - 21 mai - **Let's Talk Risk Workshop**. Communiquer avec M. McCourt. Tél.: (613) 598-2992.

MONTRÉAL - 12, 13 et 14 mai - Fa-

bricants et distributeurs nationaux, américains et étrangers d'équipements, de machinerie, de technologie, de fournitures et d'accessoires de tous genres sont invités à participer au **Salon National de la Technologie du Vêtement**. En plus de l'exposition de produits et services, des conférences auront lieu tous les jours. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec P. R. Charette, Montréal. Tél.: (514) 489-8671. Télécopieur: (514) 487-3230.

MONTRÉAL - 28 et 29 mai - **Mécanexpo 1992**, un salon pour les professionnels de l'industrie de la mécanique du bâtiment, permettra aux

participants d'exposer leurs nouveautés, produits et technologies en plomberie, chauffage/climatisation, ventilation, réfrigération, prévention-incendie. Entrepreneurs, acheteurs, technologues, ingénieurs, architectes, inspecteurs et agents du gouvernement sont autant de spécialités qui pourront profiter de nombreuses conférences techniques et séminaires gratuits offerts aux visiteurs. Pour obtenir plus d'information, communiquer avec Johanne Clément, Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec. Tél.: (514) 382-2668 ou 1-800-465-2668. Télécopieur: (514) 954-8933.

Le marché des télécommunications en Europe de l'Ouest

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada a publié récemment une analyse sur les débouchés pour le matériel de télécommunications en Europe de l'Ouest.

Le document, le premier de deux, met en lumière l'expérience vécue par neuf entreprises en télécommunications qui exportent déjà et veut sensibiliser et suggérer des techniques d'approche aux exportateurs qui veulent aborder le marché de la Communauté européenne.

L'Europe de l'Ouest importe actuellement pour quelque 40 milliards \$ par année de matériel de télécommunications. D'ici l'an 2000, ce chiffre, selon les projections, devrait atteindre les 100 milliards \$. En 1989, les exportations canadiennes dans ce secteur atteignaient 280 millions \$, soit 0,7% du marché.

L'analyse, *Europe 1992 and Canada's Telecommunications Industry — Experiences of Canadian Telecommunications firms in European Community (#66EA)* est disponible auprès d'Info Export (voir la cartouche au bas de cette page.).

PUBLICATIONS

Les consortiums Canada - CEI

Le Conseil commercial Canada-URSS doit lui aussi modifier son nom à la suite du désagrégement de l'Union. Il s'appellera dorénavant le CUBC et se divisera en autant de sous-conseils qu'il y aura d'États indépendants qui voudront y adhérer.

En même temps que s'écroulait l'URSS, le CUBC publiait les résultats d'une étude analytique sur l'expérience

de 52 entreprises canadiennes qui vivent une association d'affaires avec des entreprises de la CEI.

L'étude réalisée par le professeur d'économie Carl H. McMillan, de l'Université Carleton d'Ottawa, révèle entre autres que les Canadiens ont plus de 140 millions \$ d'investis dans des consortiums en CEI.

Canada-USSR Joint Ventures : A Survey and Analytical Review dresse le portrait de ces entreprises, décrit leur motivation, l'approche qu'elles ont adoptée pour établir leurs liens, le contexte politique et légal et les contraintes socio-économiques dans lesquels elles doivent évoluer.

La brochure est disponible (40,13\$, taxes et frais de poste inclus) en s'adressant au CUBC, 2 First Canadian Place, Suite 2125, C. P. 11, Toronto, M5X 1A9. Tél.: (416) 862-2821. Télécopieur : (416) 862-2820.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourer en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
 125, prom. Sussex
 Ottawa (Ont.)
 K1A 0G2

POSTE MAIL

Service international des postes / Canada Post Corporation

Port paid Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°8

1^{er} mai 1992

L'étiquette écologique de la CE garante du souci de la protection de l'environnement

En décembre 1991, les ministres de l'Environnement de la Communauté européenne (CE) ont convenu d'établir un programme d'étiquette écologique afin d'identifier les produits qui répondent aux exigences en matière de santé, de sécurité et d'environnement. Les critères porteront sur tous les aspects de la fabrication d'un produit et de son emballage. L'étiquette sera disponible pour les produits importés si ceux-ci répondent aux exigences de la CE. On prévoit que les premiers produits qui porteront l'emblème floral de la CE seront mis à la disposition des détaillants à l'automne 1992.

Comme les consommateurs deviennent de plus en plus sensibilisés aux étiquettes environnementales, les exportateurs canadiens qui font des affaires en Europe devraient présenter une demande d'étiquette.

Selon M. John Klassen, directeur, Division de la Communauté européenne (RWM) d'AECEC, «non seulement il

DANS CE NUMÉRO

Marché de l'environnement	2
Débouchés	3
Foires commerciales	4-5
Qualité à l'exportation	6
Ouvertures à Porto Rico	7
Calendrier/Publications	8

existe un avantage sur le plan du marketing à être officiellement reconnu comme soucieux du respect de l'environnement, mais le fait de ne pas obtenir une étiquette pourrait entraîner la perte d'affaires au profit d'un concurrent qui en a obtenu une.»

L'étiquetage écologique ne sera utilisé pour les produits alimentaires, ni pour les boissons, ni pour les produits pharmaceutiques, ces produits étant tous visés par des lois différentes. L'attribution d'une étiquette écologique sera fondée sur l'établissement de groupes de

produits, définis en vue de s'assurer que tous les produits qui servent aux mêmes fins et sont utilisés de façon équivalente appartiennent au même groupe.

Les lois prévoient que les produits importés pour lesquels on demande une étiquette écologique doivent répondre aux mêmes exigences que les produits fabriqués au sein de la CE. Ils ne doivent pas contrevenir aux exigences de la CE en matière de santé, de sécurité et d'environnement. En outre, ils ne doivent pas contenir de substances classées «dangereuses» selon les directives de la CE, et ne doivent pas être manufacturés par un processus qui enfreint les lois de la CE ou des États membres ou qui nuit de façon appréciable à l'être humain ou à l'environnement.

Plus précisément, les lois prévoient que les effets sur l'environnement seront réduits par la réduction maximale de l'utilisation des ressources naturelles et énergétiques, des matières premières, des émissions dans l'air, dans l'eau et dans le sol, de la production de déchets et de bruit, ainsi que par l'utilisation de technologies propres et viables, qui présentent un danger minimal pour l'environnement et empêchent la destruction de l'écosystème.

Dans chaque État membre, un «organisme compétent» indépendant à l'égard des intérêts industriels ou commerciaux examinera les demandes. Le coût de l'étude du dossier devra être acquitté par le fabricant, l'exportateur ou l'importateur. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec la Direction de la Communauté européenne (RWM), d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-6115; télécopieur: (613) 944-0034

PDME: 18,3 millions \$ pour appuyer les exportateurs

La somme de 18,3 millions de dollars a été inscrite au budget du Programme de Développement des Marchés d'Exportation (PDME) pour la période du 1^{er} avril 1992 au 31 mars 1993.

Le PDME appuie les petites et moyennes entreprises qui veulent participer à des foires commerciales, envoyer et accueillir des missions et soumissionner des grands projets.

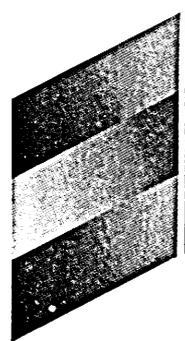
Depuis son lancement en 1971, près de 24000 firmes canadiennes (plus de 3000 au cours des 12 derniers mois) ont reçu du PDME un appui financier qui a

généralisé 10,4 milliards de dollars en ventes à l'exportation.

Les activités du programme visant à appuyer l'ouverture des bureaux de vente à l'étranger et les initiatives de commercialisation innovatrices ont été suspendues en attendant un examen plus approfondi.

Les entreprises qui souhaitent plus d'information sur le PDME sont invitées à contacter le Centre de commerce international de leur province. Ces centres relèvent d'Industrie, Sciences et Technologie Canada.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Les ingénieurs conseils et le marché de l'environnement aux États-Unis

En termes de proportions, de diversité et de taux de croissance, le marché de l'environnement aux États-Unis est phénoménal. En 1991, plus de 130 milliards \$ y ont été dépensés. Quelque 33 milliards \$ ont été consacrés à la propreté de l'air, 52 milliards \$ à l'assainissement des eaux et au traitement des eaux usées et 45 milliards \$ à la gestion des déchets solides et des matières dangereuses.

Pour pénétrer ces marchés en pleine expansion, les ingénieurs conseils canadiens doivent se créer un créneau dans leur domaine spécifique et développer des alliances en ne ménageant pas les contacts à tous les niveaux.

L'étude *Penetrating the U.S. Environmental Market: Prospects and Strategies for Canadian Consulting Engineers: U.S. Eastern Seaboard Focus* publiée récemment par la Direction de l'expansion du Commerce et du Tourisme aux États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada fait le portrait du marché qui s'offre aux ingénieurs conseils sur la côte Est américaine. L'étude a été réalisée en collaboration avec l'Association des ingénieurs conseils du Canada.

L'étude est le fruit de données colligées dans de nombreux documents

et d'une centaine d'entrevues réalisées auprès de manufacturiers, de services publics, d'ingénieurs, d'instances gouvernementales et autres organismes au Canada et aux États-Unis. On y traite de l'ampleur et des tendances du marché, des critères pour le pénétrer et des façons de dénicher des débouchés et des partenaires.

Quoique l'étude vise plus particulièrement le marché du secteur privé de la côte Est, les informations et les observations qu'on y trouve sont tout aussi pertinentes à l'ensemble du marché américain, incluant le secteur public.

Les annexes du rapport fournissent plein d'information sur les contacts gouvernementaux, les foires et expositions, la documentation, les universités, les firmes d'ingénieurs conseils américaines, les principaux entrepreneurs. Il s'agit d'un excellent guide pour les ingénieurs conseils canadiens versés dans le domaine de l'environnement qui veulent pénétrer le marché américain.

Pour se procurer une copie gratuite de l'étude, communiquer avec Anthony Burgess, Association des ingénieurs conseils du Canada, 130 rue Albert, suite 616, Ottawa K1P 5G4. Tél. : (613) 236-0569; télécopieur : (613) 236-6193.

Le Canada et les Pays-Bas : spécialistes des SIG

Le Canada et les Pays-Bas jouent un rôle de chef de file en ce qui concerne le Système d'information géographique (SIG). Les différences de superficie et du milieu naturel entre les deux pays ont entraîné des spécialisations différentes. Alors que le Canada est l'expert principal dans la mise au point de matériel et de logiciels servant à tracer les cartes de grandes régions, les Pays-Bas ont acquis une expérience considérable dans le domaine des modèles informatiques servant à la surveillance de l'environnement et à l'aménagement du milieu naturel.

Les Pays-Bas s'efforcent de devenir le centre de distribution de marchandises du Marché européen; avec leur expérience de longue date et leur compétence dans le domaine du SIG ainsi que leur rôle probable de distributeur pour la Communauté européenne, les Pays-Bas sont un pays avec lequel les entreprises canadiennes spécialisées dans le SIG auraient tout intérêt à établir des partenariats stratégiques. Un rapport publié récemment par l'ambassade du Canada cite le bulletin de recherche Dataquest, Dun and Bradstreet, selon lequel : «Le marché du SIG est florissant en Europe; il a augmenté de 31% en 1990 pour atteindre 478 millions \$. Nous nous attendons à ce que cette croissance continue à un taux composé annuel de 27,7% jusqu'en 1995, alors que le marché devrait atteindre 1,619 milliards \$ ».

Pour recevoir une copie du rapport intitulé *GIS in the Netherlands* (Le SIG aux Pays-Bas) ou obtenir plus d'information, communiquer avec la Section commerciale, ambassade du Canada, C. P. 30820, 25 Parkstraat, 2500 GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (011-3170) 361-4111; télécopieur : (011-31-70) 356-2823.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Collaborateur : Réal Bouvier

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Tirage : 33 000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

ESPAGNE - Une compagnie spécialisée dans les produits pharmaceutiques vétérinaires se disant prête à toutes formes de partenariat cherche à introduire sur son marché espagnol très bien établi de nouveaux produits. Par exemple : des médicaments (antibiotiques et tranquillisants); de la nourriture (des additifs, des suppléments de croissance); des produits nettoyant (des désinfectants, des antifongicides et des systèmes auto-nettoyant.); des produits non-chimiques pour l'entretien du bétail (pour l'alimentation et le nettoyage); des produits agricoles écologiques sans herbicides ou pesticides pour accroître le rendement. Communiquer avec Jaume Angeri, directeur de la technologie, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003, Barcelone, Espagne. Tél. : 319- 8811; télécopieur : 310 3535.

NIGÉRIA — Ce pays a entrepris un grand projet dans le cadre duquel des produits seront achetés pour le compte de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), et les entreprises canadiennes sont invitées à y participer. Le projet consiste à établir des laboratoires d'essai de métaux (acier), de matériaux de construction, d'appareils électriques, de textiles, de cuir, de papier et de produits alimentaires. Il comporte aussi des laboratoires de soutien pour les examens chimiques et microbiologiques et la chromatographie de gaz liquide et d'absorption d'atomes, y compris la préparation d'échantillons. Le projet comprend également une maison d'édition et un centre d'information comportant de la documentation informatisée. Les fabricants sont invités à présenter leur catalogue et leur liste de prix pour

la fourniture d'appareils de mesure de quantités physiques, d'appareillage d'essai, de matériel de laboratoire et de bureau, de verrerie de laboratoire, de matériel auxiliaire de préparation d'échantillons et de matériel pour maison d'édition. Les entreprises qui s'intéressent au projet peuvent en informer le Haut-Commissariat du Canada à Lagos en communiquant avec M. John Brenchley, délégué commercial, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient (GBTA), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 993-6586. Télécopieur : (613) 990-7437.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une entreprise solidement établie désire devenir l'agent exclusif d'un fournisseur canadien de matériel informatique (ordinateurs, disques durs, disquettes, logiciels, accessoires et périphériques). Communiquer avec Bill Swift, Ribbon Xchange Dunedin, 29 Shetland St., Wakari, Nouvelle-Zélande. Tél. : (03) 466-7379.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Représentant déjà des compagnies canadiennes, une entreprise se dit prête à agir comme distributeur pour des fournisseurs canadiens d'outils d'ingénierie, d'ajouts d'ordinateurs, et de voltmètres et autres instruments similaires de mesures. Communiquer avec Geoff Vaughan, directeur général, GTS-Nilsen Instrument, C. P. 9613, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (64-9) 309-2464; télécopieur : (64-9) 309-2968.

NOUVELLE-ZÉLANDE - Une compagnie spécialisée dans les

communications électronique et les systèmes de sécurité cherche à importer des systèmes d'alarme et de sécurité pour la maison ainsi que des installations commerciales, du câble électronique pour la transmission télévisée et des ordinateurs avec pièces de rechange. Communiquer avec Graeme Manson, ECL, C. P. 24-006, Royal Oak, Auckland, Nouvelle-Zélande. Tél. : (64-9) 579-5888; télécopieur : (64-9) 579-5881.

SYRIE - L'Organisation générale du ciment et des matériaux de constructions a émis deux demandes de soumissions pour deux projets distincts en Syrie. La première vise l'agrandissement d'une cimenterie avec garantie bancaire de 100 000 \$US et promesse de terminer les travaux 24 mois après l'ouverture de la lettre de crédit.

L'autre projet concerne l'établissement d'une usine de tuiles en porcelaine. Une garantie de 50 000 \$US est exigée et les travaux devront être exécutés dans les 18 mois suivant l'ouverture de la lettre de crédit. Dans les deux cas il s'agit de projets clé en main incluant les plans et devis, les infrastructures, les travaux de structure, l'aménagement et le suivi technique.

Les documents d'étude sont disponibles au coût de 100 \$US (non remboursables). Le paiement sera octroyé par lettre de crédit et la garantie d'efficacité est établie à 10% du montant global de la soumission.

Les soumissions pour le projet de l'usine de porcelaine doivent être reçues avant le 18 mai 1992 et celles pour la cimenterie pas plus tard que le 15 juin 1992.

Les entrepreneurs intéressés peuvent communiquer avec la section commerciale, ambassade du Canada, Amman, Jordanie. Télécopieur : (011-962-6) 689-227; télex : (code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

L'expansion du tourisme à Cuba : source de débouchés

LA HAVANE - Les entreprises canadiennes qui veulent approcher l'industrie du tourisme cubain ont encore le temps de le faire si elles se hâtent pour faire parvenir leur documentation ou leur inscription à Technotur 92 une foire annuelle dédiée au tourisme.

L'événement aura lieu du 25 au 31 mai et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada y commanditera un kiosque d'information où les entreprises canadiennes peuvent laisser leur matériel promotionnel.

Technotur est un excellent média pour

les exportateurs, les entrepreneurs et les investisseurs qui veulent établir des liens avec les dirigeants des principales instances du secteur touristique cubain.

Technotur s'avère un moyen économique pour découvrir le marché cubain et y présenter ses produits. L'an dernier, les participants canadiens y ont signé pour 850 000 \$ de contrats.

Accordant beaucoup d'importance au développement de son industrie touristique, Cuba continue d'y consacrer des budgets importants. Malgré les difficultés économiques que vit le pays, le gouvernement s'engage à régler toutes les importations de ce secteur par lettre de crédit garantie.

Les entreprises canadiennes peuvent certes trouver de bons débouchés dans le programme de construction et de rénovation d'hôtels (5000 chambres doivent être ajoutées à la capacité actuelle d'ici 1995), mais aussi dans la ventes de produits alimentaires et de consommation visant directement la clientèle touristique, des produits hors-taxes et de boutiques d'hôtels, par exemple.

Des entreprises canadiennes vendent déjà de la verrerie, des installations d'éclairage, des piscines, accessoires et leurs produits d'entretien, des appareils de climatisation, de la quincaillerie et du matériel de plomberie, des articles de sport et de loisir et de l'équipement d'entretien de jardins et de cuisines.

Les entreprises doivent faire parvenir leur matériel promotionnel (de 40 à 50 brochures ou des échantillons) le plus tôt possible à la Section commerciale, ambassade du Canada, C. P. 500 (HAVAN), Ottawa, Ont. K1N 8T7.

Les entreprises qui désirent avoir leur propre aire d'exposition (surface maximale de 9 mètres carrés à 135 \$US le mètre carré) doivent communiquer avec l'ambassade par télécopieur : (011-53-7) 33-2044 ou par télex : (Code de destination 28) 51-1586 (CAN CU).

Pour toutes autres informations sur le marché hôtelier et touristique de Cuba, il suffit de communiquer avec l'ambassade aux numéros ci-dessus.

Des places sont encore disponibles à l'exposition de matériel d'impression aux États-Unis

Ville de New York — Des places sont encore disponibles pour les entreprises qui désirent participer au pavillon du gouvernement canadien à Graph-Expo East, la plus grande exposition commerciale de matériel d'impression, qui se tiendra aux États-Unis en 1992.

L'exposition, qui aura lieu du 3 au 6 octobre au Javits Convention Center (JCC) de la ville de New York, compte 400 exposants et attire jusqu'à 30 000 acheteurs désirent améliorer leur matériel d'impression et de communications.

Le pavillon canadien, d'une superficie de 3 000 pieds carrés, est situé à un emplacement privilégié entre deux entrées principales, au troisième niveau du JCC.

Ce niveau est réservé aux sociétés qui exposent du matériel et des systèmes d'impression, des fournitures et des accessoires d'impression, du matériel et des fournitures de postimpression, ainsi que de l'équipement de manutention de matériaux.

Les exportateurs canadiens de machines d'impression ou d'autres produits mentionnés dans le paragraphe précédent qui désirent participer à Graph-Expo East devraient communiquer avec M. Ted Weinsten, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 990-9119.

Exposition de la sous-traitance à Toronto

TORONTO - La Cinquième exposition de la sous-traitance (SUBCON V), parrainée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, aura lieu le 3 juin 1992 au Centre canadien des expositions et des conférences de Toronto.

SUBCON, vise à aider les entreprises canadiennes à faire des affaires à titre de sous-traitant dans les domaines de la défense, de l'aérospatiale (incluant les services de réparation et de remise à neuf), de l'espace et de l'électronique. SUBCON réunit plus de 100 entrepreneurs principaux des

États-Unis et du Canada.

Un nombre semblable de sous-traitants et de sous-traitants éventuels canadiens exposent aussi leurs produits et services ou de la documentation sur leurs produits et leur expérience. Les personnes qui désirent obtenir d'autres renseignements ou participer à SUBCON V peuvent communiquer avec Mme Gisèle Laframboise, Direction des opérations d'expansion du commerce (TPO), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-8099. Télécopieur : (613) 996-8688.

Place à l'exposition pétrolière nationale de Calgary

CALGARY - Considérée comme la plus importante exposition du domaine énergétique au monde, l'Exposition pétrolière nationale aura lieu cette année au Parc du Stampeade, les 9, 10 et 11 juin.

En 1990, plus de 1100 compagnies y ont présenté leurs produits et services à 42 104 visiteurs venus de partout au Canada, de 37 États américains et de 61 pays étrangers.

L'exposition de Calgary, qui en sera à sa treizième édition, se veut le rendez-vous mondial de l'industrie énergétique. L'événement a lieu à tous les deux ans et offre aux exposants une chance unique de mousser leurs marchés, attirer de nouveaux clients, établir des alliances, régler des ententes et explorer de nouveaux débouchés.

La majorité des visiteurs de l'exposition sont des professionnels haut placés du domaine de l'énergie, des gens qui auront un mot à dire dans leur milieu pour l'achat au cours des prochaines années de milliards de dollars de produits, d'équipements et de services.

L'événement est largement com-

mandité par les trois niveaux de gouvernement, local, provincial et fédéral, et attire de nombreuses missions d'acheteurs.

En 1990, 162 missions venues de 43 pays ont été invitées à Calgary pour leur permettre de rencontrer de fournisseurs canadiens du domaine pétrolier. Ces rencontres ont débouché sur des négociations contractuelles évaluées à quelque 310 millions \$.

Les entreprises de l'Est du Canada qui désirent plus d'information

peuvent communiquer avec Judy Hurd, directrice, Exposition pétrolière nationale de Calgary, 1450 Don Mills Road, Don Mills, Ont. M3B 2X7. Tél. : 442-2021; télécopieur : (416) 442-2207.

Les gens de l'Ouest peuvent communiquer avec Ward Brandow, coordonnateur, Exposition pétrolière nationale de Calgary, suite 300, 999, 8e rue S.O., Calgary, Alberta T2R 1N7. Tél.:(403)244-6111; télécopieur:(403) 245-8666.

Le Saskatchewan accueillera le Farm Progress Show

REGINA — Les fabricants, les fournisseurs, les acheteurs, les exposants et les visiteurs qui désirent se tenir au courant de la dernière technologie de culture à sec et de produits connexes devraient à tout prix participer, en juin, au salon de Regina, et ce, parce que le Western Canada Farm Progress Show (Exposition sur l'évaluation agricole) (18-21 juin 1992) a, depuis sa création en 1978, acquis une réputation internationale comme exposition principale d'aridoculture — il attire chaque année plus de 500 exposants ainsi que des délégations de tous les continents.

Supermarché de services relatifs à la technologie de pointe et aux techniques d'aridoculture, l'exposition comporte une gamme complète de machines agricoles, grandes et petites, notamment des dépiereuses, des extirpateurs à tringles, des cultivateurs lourds, des tracteurs géants, des moissonneuses-

batteuses, des tarières, des cellules à grain et des dispositifs de télé-détection informatisés.

Au coeur de l'exposition, se trouve l'International Business Centre qui, grâce à son emplacement central, fournit une gamme complète de services afin d'accroître les possibilités d'exportation.

Ces services sont, entre autres, des "séances de rencontre" qui permettent aux fabricants et aux délégués d'échanger des informations commerciales, des services complets de bureau et de secrétariat, des services de traduction et des listes informatisées de fabricants et de leurs produits.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser au Western Canada Farm Progress Show, P.O. Box 167, Exhibition Park, Regina, Saskatchewan S4P 2Z6. Tél. : (306) 781-9200. Télécopieur : (306) 565-3443.

CONTRATS DÉCROCHÉS

HN Engineering Inc., Burnaby (C.B.), a obtenu un contrat pour entreprendre l'étude d'un système de radioportative utilisé par Saudi Aramco, une compagnie de pétrole d'Arabie saoudite. Ce projet vise à améliorer les communications de soutien pour l'exploitation de champs pétrolifères et l'entretien.

Sécuriplex Europe S.A.N.V., filiale des Technologies Sécuriplex Inc., Dorval, vient de signer deux contrats en Belgique. Sécuriplex s'est vu octroyer un premier contrat de 1.7 million \$ pour la

fourniture de dispositifs de détection et de combat des incendies au siège de la Communauté économique européenne à Bruxelles. Le deuxième contrat, d'une valeur 1.8 million \$, comprend la four-

niture de dispositifs de sécurité, de détection et d'extinction des incendies pour un incinérateur de déchets municipaux qui produit 12% de l'électricité de cette ville.

La qualité, la meilleure marque de commerce

préparé par Michel P. Gimmig, Laliberté, Lanctôt, Coopers & Lybrand, Montréal

La qualité totale est devenue la norme mondiale minimale permettant aux exportateurs de pouvoir compter sur une clientèle stable.

Deux chefs d'entreprises à succès, l'un Français, l'autre Canadien, témoignaient l'an dernier devant des auditeurs distincts de gens d'affaires du Québec. Ces deux exportateurs attribuaient leur réussite à la recherche constante de la qualité et aux certifications obtenues de leurs clients.

Michel Bricaud dirige Bronzacier, la PME française la plus primée pour sa qualité totale. On y fabrique surtout des fourchettes de boîtes d'embrayage dont 50% de la production est exportée.

Karel Velan a lui aussi fait de la qualité sa marque de commerce. L'entreprise qui porte son nom est devenue le deuxième plus important fabricant mondial de vannes, de robinets à soupapes et de clapets de non-retour en acier. Velan dessert le secteur de l'exploration et de la production pétrolière, les centrales thermiques et nucléaires, des domaines où la qualité des pièces est vitale pour maintenir le rendement.

«...donnez-moi la preuve que votre entreprise va pouvoir me fournir constamment la qualité que je recherche.»

Le concept de qualité a évolué très rapidement ces dernières années. Il ne s'agit plus seulement de faire un produit conforme techniquement aux besoins du client mais de répondre à plusieurs exigences, dont le coût, les délais de livraison toujours plus courts et le suivi après-vente.

Avant d'arrêter leur choix sur un fournisseur, les clients veulent avoir une assurance: donnez-moi la preuve que votre entreprise va pouvoir me fournir constamment la qualité que je recher-

che. Ils accordent alors une certification de satisfaction au fournisseur. Ou bien, le téléphone ne sonne plus!

Plusieurs entreprises possèdent maintenant un manuel d'évaluation des normes de qualité de leurs fournisseurs. Un fabricant automobile européen exige de tous ses services un contrôle très strict de la qualité. Voici trois des directives émises à tous les services de l'entreprise:

- Les responsables de la «Qualité» représentent le client et agissent en conséquence auprès des autres directions, du marketing à l'après-vente;
- Les différents services du fournisseur interviennent d'une façon coordonnée dans l'application et le suivi des modifications (études, achats, méthodes, etc.);
- Le fournisseur est en mesure de présenter son «Plan d'amélioration de la qualité», d'informer sur la progression et les actions en cours, les personnes responsables et les résultats obtenus. Tous les secteurs de l'entreprise sont concernés.

Dès lors, la cohérence avec les plans d'investissements et de formation est assuré. Comme on peut le constater, on est très loin du simple contrôle de la qualité des produits fabriqués. En fait, le client veut s'assurer que le fournisseur met tout en oeuvre pour répondre à ses besoins, a à coeur l'amélioration constante de la qualité de son produit et se fixe des normes pour y parvenir.

Rien de moins que «A»

Ce même constructeur automobile européen est très clair: «Notre objectif est de retenir que des fournisseurs de niveau «A» à partir de janvier 1993». En un mot, seule la qualité totale est acceptable. L'entreprise classe ses fournisseurs selon la qualité de leurs produits et services de A à D. Les «A», ce sont les fournisseurs «capables de développer seuls la démarche Assurance Qualité des Produits».

Dans l'esprit de cette entreprise, un fournisseur évalué «A» doit pouvoir participer activement au développement des affaires de son client et ainsi assurer le sien.

Le classement du fournisseur peut aussi être remis en question en fonction du coût. Le client peut exiger une stabilité, ou même une réduction de prix à moyen ou long terme pour inciter son fournisseur à préserver son marché.

Dans un contexte de globalisation des marchés et de concurrence internationale, la recherche de qualité totale est devenue une préoccupation constante.

«Pour réussir, il faudra donner des preuves concrètes et convaincantes de la qualité des produits mais aussi de la gestion globale des opérations.»

Les normes «s'internationalisent» et les exportateurs canadiens doivent pouvoir affronter une concurrence internationale de plus en plus aguerrie. Pour réussir, il leur faudra donner des preuves concrètes et convaincantes de la qualité de leurs produits mais aussi de la gestion globale de leurs opérations. Cela impliquera pour certains un changement d'attitudes important et une remise en cause profonde de leurs pratiques et de leur mode de gestion. Ils devront accepter d'ouvrir leurs portes à des «inspecteurs de la qualité» étrangers, non seulement pour obtenir un marché mais pour le conserver. Cette certification de qualité, ils pourront ou devront à leur tour l'exiger de leurs propres fournisseurs.

L'étiquette «Fabriqué au Canada» fera sa marque sur tous les marchés nationaux et internationaux à condition que les entrepreneurs canadiens misent sur une recherche constante de qualité et de satisfaction de leur clientèle.

Les exportations à Porto Rico affichent un taux d'augmentation de 61 %

Les chiffres que nous avons reçus du délégué commercial du Canada à San Juan montrent qu'en 1991 les exportations canadiennes à Porto Rico ont atteint un total de 411,9 millions \$, ce qui place le Porto Rico au troisième rang comme marché le plus grand du Canada dans la région, après le Brésil et le Mexique.

Ce chiffre, qui représente pour le Canada un excédent commercial de 77,2 millions \$, correspond à un taux de croissance de 61 % par rapport à celui de 1990, ce qui indique que ce marché offre de nombreux débouchés aux entreprises canadiennes qui exportent à ce commonwealth des États-Unis (É.-U.).

Étant un territoire des É.-U., l'île est entièrement assujettie au régime douanier et tarifaire des É.-U., ce qui signifie qu'il n'existe pas de barrières tarifaires ou douanières supplémentaires. Il n'existe pas non plus de contrôles des changes car la monnaie est le dollar US.

Cette relation avec les É.-U. a aussi amené la création, par le gouvernement américain, d'un programme spécial d'allègement fiscal et d'autres avantages pour l'industrie au cours de 25 dernières années.

Dans le cadre du programme, des centaines d'entreprises — la plupart dans les secteurs pharmaceutiques, électroniques, textiles, des vêtements et des chaussures — se sont établies à Porto Rico, favorisant la création d'une base industrielle dans la région.

Toutefois, le marché n'est pas limité à Porto Rico ni aux produits commerciaux et grand public destinés à une population de 3,5 millions de personnes.

Grâce à l'emplacement stratégique de Porto Rico dans les Antilles, ce pays est l'un des centres de distribution principaux dans la région. Par exemple, en 1988, l'île a importé des produits d'une valeur de 14 milliards \$, dont la plupart ont été réexportés vers des

îles avoisinantes.

Les exportations principales du Canada à Porto Rico comprennent des produits en papier, des denrées, des produits alimentaires, du matériel et des pièces d'automobile, ainsi que des matériaux et du matériel de construction. Le Canada exporte également des produits agricoles et de la pêche, des meubles, du matériel électronique et de communications, de l'équipement numérique et automatisé, et des produits chimiques.

On a fait la promotion de bon nombre de ces produits au moyen de foires et de missions commerciales parrainées par le gouvernement canadien, dit M. Jim Bradford, consul et délégué commercial au Bureau commercial du Canada à San Juan.

D'après M. Bradford, il existe un grand

nombre de foires commerciales à San Juan, qui constituent les meilleurs tremplins pour les nouveaux exportateurs et les exportateurs éventuels.

En ce qui concerne le marché des produits grand public, M. Bradford conseille aux entreprises de "veiller à ce que leurs prix soient compétitifs. C'est un marché très sensible aux prix."

Pour ce qui est de l'industrie, selon M. Bradford, le matériel commercial spécialisé, surtout les produits pharmaceutiques, offre des débouchés.

Pour de plus amples renseignements sur ce marché ou sur des foires commerciales éventuelles, s'adresser à Mr. Bradford, Canadian Trade Commission, Plaza Scotia Bank, 6th Floor, 273 Ponce de Leon, Hato Rey, Puerto Rico 00917. Tél. : (809) 250-0367/758-3500. Télécopieur : (809) 250-0369.

PUBLICATIONS

Le marché des fruits de mer au Japon change

Les récents changements dans les tendances du marché de l'exportation de fruits de mer au Japon, les nouvelles exigences et les implications de ces changements sont analysés dans une étude publiée par le Conseil commercial Canada-Japon.

Acompagnée de plusieurs graphiques, l'étude intitulée *Canada-Japan Fisheries Trade* fournit de nombreuses données sur les débouchés pour les fruits de mer canadiens au Japon et sur les goûts des consommateurs.

Rappelant que le Japon est le deuxième plus important importateur de fruits de mer canadiens, l'étude conclut que «même si les ventes se maintiennent, le Canada devrait songer à accentuer la promotion de ses produits pour

maintenir sa part du marché et même l'augmenter.»

Des exemplaires de l'étude sont disponibles auprès du Conseil commercial Canada-Japon, suite 903, 75, rue Albert, Ottawa K1P 5E7. Tél. : (613) 233-4047; télécopieur : (613) 233-2256.

Coopération Canada-Allemagne

Une brochure offerte par Info Export (Voir au bas de la page 8) *Science, Technology Cooperation, 20 years 1971-1991 : Cooperation in Science and Technology* (#67EM) traite des échanges scientifiques et technologiques entre le Canada et l'Allemagne, qui vont de la recherche élémentaire à celle plus poussée dans les domaines de l'énergie et de l'environnement, de l'information et de la micro-électronique.

(Voir page 8 — Publications.)

PUBLICATIONS

Le bois ouvré face à l'Europe unifiée

L'étude *Europe 1992 and Canadian Value-Added Wood Products* dresse un portrait des débouchés et des approches stratégiques à adopter et pour pénétrer le marché du bois ouvré en France, en Allemagne, en Italie et en Grande-Bretagne. C'est surtout dans le domaine de la finition, chez les ébénistes, par exemple, que le bois ouvré canadien trouvera preneur le plus facilement.

L'Union économique européenne devrait aider les exportateurs canadiens de ce secteur plutôt que leur nuire.

L'étude suggère par ailleurs aux exportateurs de négocier plus judicieusement, de s'adapter aux essences et aux mesures désirées, d'établir des liens de confiance avec leur clientèle et de s'attarder à mieux comprendre les besoins du marché à long terme.

Des exemplaires de l'étude sont disponibles auprès de la Direction de la Communauté européenne, AECEC, tél.: (613) 995-8297, télécopieur: (613) 944-0034.

Les services des maisons de commerce

Comment choisir un maison de commerce, comprendre leur rôle et les services qu'ils peuvent rendre aux exportateurs sont parmi les sujets abordés dans la brochure *Export Markets: The Trading House Connection* (#5TE) que l'on peut se procurer auprès d'Info Export (Voir au bas de cette page).

Dictionnaire bilingue sur le commerce

Vocabulaire du Libre-Echange, un

dictionnaire bilingue de 450 pages, est publié par le département du Secrétariat d'Etat. Ce volume, que l'on peut se procurer au coût de \$28.95, contient 2,500 définitions concernant le commerce. *Vocabulaire du Libre-Echange* est disponible auprès du Groupe Communication Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0S9. Tél.: (819) 956-4802. Télécopieur: (819) 994-1498.

Le pétrole et le gaz en Argentine

Les compagnies canadiennes possédant la technologie et l'expérience dans l'exploitation du pétrole seront tout particulièrement intéressées par l'étude *The Oil and Gas in Argentina*, #116LF (Le pétrole et le gaz en Argentine) publiée récemment par l'ambassade du Canada à Buenos Aires.

En plus de cerner les multiples débouchés offerts dans ce secteur, l'étude traite de la nouvelle politique de déréglementation et de privatisation du pays qui ouvre toute grande la porte de l'industrie pétrolière à l'entreprise privée, incluant l'exploration, la production, le raffinage et la mise en marché, et lui assurant des garanties d'imposition et un taux de change plus réaliste.

On peut obtenir un exemplaire de l'étude auprès d'Info Export (Voir la cartouche au bas de cette page.)

Numéro à noter

Le numéro de facsimilé pour l'ambassade du Canada à San Jose, Costa Rica est le (011-506) 23 23 95

Au calendrier

TORONTO - 3 juin — La 5e Exposition de la sous-traitance (SUBCONV) - Voir l'article en page 4. Pour plus d'information, communiquer avec Gisèle Laframboise, Direction des opérations d'expansion du commerce (TPO), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél.: (613) 996-8099. Télécopieur: (613) 996-8688.

MONTREAL - 3 au 5 juin — Le 10e Salon international de l'informatique et du bureau de Montréal (SIIM 92) est un événement exclusivement consacré à la technologie informatique et à la bureaucratie. Des colloques de perfectionnement professionnel présentés en collaboration avec l'institut de technologie avancée permettront aux participants de se familiariser avec l'implantation et l'utilisation de l'informatique. Pour plus d'information, communiquer avec Diane Laporte, directrice du Salon, Montréal. Tél.: (514) 288-8811. Télécopieur: (514) 288-9125.

CALGARY - 7 au 11 juin — La 11e Conférence de la mécanique offshore et de l'ingénierie arctique (OMAE 1992) présentera des conférences et des symposiums portant sur une variété de sujets, tels la technologie offshore, la technologie polaire et l'ingénierie des glaces, les pipelines et les produits connexes. Pour plus d'information, communiquer avec D. Courchène, ITC Edmonton. Tél.: (403) 495-2959. Télécopieur: (403) 495-4507.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service universel des postes / Canada Post Corporation

Port paid Postage Paid

NBRE BLK

T-3691

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10, N° 9

Dept. of External Affairs
des Affaires extérieures

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY mai 1992
REVENIR À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Trouver de l'or au Venezuela!

Les agents commerciaux à l'ambassade du Canada à Caracas encouragent vivement les sociétés canadiennes à "examiner de près" le marché florissant de l'exploitation de l'or en raison des "possibilités importantes" que celui-ci offre.

L'une des meilleures façons d'examiner ce marché, c'est de participer ou d'assister au Gold Mining Seminar qui se tiendra le 25 juin 1992 à Puerto Ordaz, ville industrielle située dans la Guyane, région minière du Venezuela.

La manifestation est organisée par l'ambassade du Canada à Caracas en collaboration avec la Guayana Development Corporation et la Venezuelan Gold Association.

Selon l'ambassade, la production d'or au Venezuela a au moins décuplé ces dernières années, ce qui place le pays au 10^e rang parmi les plus grands producteurs occidentaux d'or, avec l'un des taux de croissance les plus élevés en Amérique du Sud.

"Toutefois, la production actuelle est sans rapport avec son rang mondial potentiel", selon l'ambassade, qui ajoute que le Venezuela pourrait accroître sa capacité et atteindre le seuil de rentabilité en produisant environ trois millions d'onces par an (93 tonnes par an) d'or.

L'exploitation de l'or étant l'objectif principal en matière de développement, le gouvernement a réalisé qu'il était nécessaire d'obtenir, de l'étranger, des capitaux, des initiatives, du matériel et de la technologie en vue de porter la production d'or actuelle de 15 tonnes métriques par an à 45 tonnes métriques par an d'ici l'an 2000.

Le Gold Mining Seminar, auquel participeront quelque 120 invités, examinera le présent et l'avenir de cette industrie au Venezuela. Les exposés que feront les entreprises

(Voir page 2 : L'or)

Programme de partenariat en technologie avec les États-Unis

Les entreprises canadiennes de haute technologie ont la possibilité, jusqu'au 1er juin 1992, d'établir des partenariats avec des entrepreneurs principaux qui soumissionnent des contrats relatifs à des systèmes de grande puissance dans le secteur privé aux États-Unis et auprès du gouvernement américain.

Dans le cadre du Technology Partnership Program, mis en oeuvre à l'ambassade du Canada à Washington, des entrepreneurs principaux recherchent des partenaires canadiens dans une vaste gamme de milieux d'exploitation (ordinateurs centraux, micro-ordinateurs et réseaux).

Les compagnies intéressées prendront part à des sessions de travail sur les systèmes intégrés. Ces sessions d'introduction débiteront à la fin du mois de juin.

Les domaines de technologie suivants sont particulièrement intéressants : lecteurs optiques de caractères (LOC) et produits d'image; logiciels multimédias et systèmes-auteurs; outils d'étude de système assistée par ordinateur; outils de

langage de quatrième génération (L4G) et services de mise au point des applications; conception, mise au point et intégration de systèmes; acquisition et soutien de la gestion des programmes; et interconnexion de réseaux locaux et de réseaux à grande distance.

Parmi les autres domaines qui présentent de l'intérêt : intelligence artificielle et systèmes experts; formation et simulation assistées par ordinateur; traitement des signaux vocaux; courrier électronique constitué d'éléments provenant de fournisseurs différents; produits X.400 et X.500; composantes pour stations terrestres de relais par satellites; télémesure par satellite; matériel et logiciels de pistage et de base de commande; algorithmes de protection des données et de chiffage; et matériel et logiciels de télécommunications.

Les entreprises qui offrent cette technologie et désirent explorer la possibilité d'établissement de partenariats avec des entrepreneurs principaux

(Voir page 2 : Programme)

Le Canada accorde le traitement tarifaire préférentiel à six nouveaux pays.

Le Canada a annoncé aujourd'hui l'octroi du Tarif de préférence général (TPG) à l'Ukraine, aux républiques d'Estonie, de Lettonie et de Lituanie, à l'Arménie et à la Fédération de Russie.

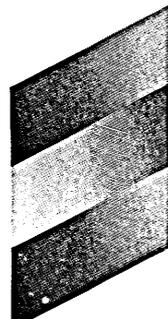
Le TPG est un système de préférences tarifaires accordées aux marchandises originaires des pays en développement et de la plupart des pays de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est.

Les taux de droit applicables aux produits admissibles au TPG représentent généralement les deux tiers des taux de la nation la plus favorisée, ou moins. Le TPG s'applique aux ar-

ticles manufacturés et aux produits semi-finis, mais exclut la plupart des textiles, des vêtements et des chaussures et certains produits en acier.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés en Espagne et dans le monde	3-4
Lignes de crédit de la SEE	5-8
Foires de la France au Mexique	9-10
Foires et missions au Japon	11
Calendrier	12



Canada

Études de marché sur le Japon

La Direction de l'expansion du commerce avec le Japon d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (EAITC) continue à élaborer sa série étendue d'études de marché. Des rapports plus récents encouragent les entrepreneurs canadiens à viser au-delà des marchés traditionnels de Tokyo et à explorer les principaux marchés régionaux au Japon, qui deviennent de plus en plus importants.

Voici les titres (code de référence entre parenthèses) des études qui peuvent être commandées auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12 pour passer une commande).

Le marché des oeufs de hareng de l'Atlantique (60CE)

Le marché des préparations pour boulangerie et pâtisserie (61CB)

Le marché de l'eau embouteillée (63CB)

Le marché du saumon de C.-B. (64CB)

Le marché des appareils d'imagerie diagnostique et des implants (114CB)

Le marché de détail des aliments et des boissons (76CE)

Le marché des du matériel de transformation des aliments (65CB)

Le marché de la restauration (66CE)

Le marché des jus de fruits (67CB)

Fukuoka et Kyushu (113CB)

Le marché du nautisme (70CB)

Le marché des produits de menuiserie (71CB)

Le marché de champignons (89CB)

Nagoya et Tokai (112CB)

Osaka et Kansai (58CB)

Le marché du matériel océanologique (100CB)

Le marché des machines d'emballage (69CB)

Le marché de la tourbe de sphaigne (72CB)

Le marché des aliments pour animaux de compagnie (73CB)

Le marché de la luzerne et du foin transformé (75CB)

Le marché des viandes transformées (75CB)

Le marché des oursins (77CB)

Le marché du logiciel (78CB)

Le marché des portes et des fenêtres (79CE)

Dans cette série, d'autres études devraient être disponibles au milieu du mois d'octobre, soit: Le marché du matériel de garage; Le marché de l'approvisionnement public; et Le marché des produits laminés. Trois autres études de marchés régionaux sont en cours de préparation: Sapporo/ Hokkaido; Hiroshima/ Chugoku; et Sendai/Tohoku.

Pour tout renseignement sur le Japon, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), AECEC. Tél. (613) 995-1281 Télécopieur: (613) 943-8286.

De l'or au Venezuela!

(Suite de la première page.)

canadiennes porteront sur le forage dans le bouclier précambrien, le forage au moyen de la circulation inverse, la télé-détection dans l'exploration minière, l'importance de l'étude de faisabilité dans un projet d'exploitation minière, et le financement des projets d'exploitation minière.

Au Venezuela, l'industrie de l'or "amorce une période d'essor et, sans aucun doute, l'industrie canadienne pourrait et devrait jouer un rôle important dans son développement," affirme l'ambassade.

Les délégués commerciaux sont entièrement disposés à aider les sociétés canadiennes qui s'intéressent au marché vénézuélien. Ils peuvent trouver des partenaires éventuels pour les opérations d'exploration, d'exploitation ou de fabrication.

Ils peuvent aussi aider les entreprises canadiennes à identifier des distributeurs ou des représentants locaux dynamiques, susceptibles d'aider à commercialiser le matériel canadien sur place.

Pour toute information sur le Gold Mining Seminar ou sur l'industrie de l'exploitation minière de l'or au Venezuela, communiquer avec la Division commerciale, Ambassade du Canada, Torre Europa, 7th Floor, Ave. Francisco de Miranda, Campo Alegre, Caracas 1060, Venezuela. Télécopieur: (011-58-2) 951-4940. Télex: (Code de destination: 31) 23377 (DOMCAN VE).

Programme de partenariat en technologie

(Suite de la première page.)

américains doivent faire un résumé (un maximum de deux pages) des renseignements suivants puis l'envoyer par télécopieur: le produit ou service offert par la société, ses principales applications, ses avantages en matière de compétitivité, les utilisateurs finaux cibles (qui ils sont et quelles sont leurs fonctions), les avantages clés fournis à vos clients, les clients principaux au Canada, les clients principaux aux États-Unis, les prévisions relatives

au marché américain pour les prochains 18 mois, et vos attentes par rapport à un partenariat approprié.

Pour renseignements, contacter Judith Bradt, agent commercial, ambassade du Canada, Washington, DC. Télécopieur: (202) 682-7619; ou Doreen Conrad, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Fax: (613) 990-9119.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:

René-François Désamorsé

Rédacteur: Don Wight

Téléphone: (613) 996-2225

Télécopieur: (613) 992-5791

Tirage: 33,000 exemplaires.

Reproduction autorisée en citant la source.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à: CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DEBOUCHÉS EN ESPAGNE

ESPAGNE—Une entreprise de services établie à Barcelone, dont l'une des fonctions est la recherche spécialisée de technologies et de produits à l'intention de ses clients, recherche des brochures sur des technologies et des produits qui répondent le mieux aux besoins des clients suivants. (En ce qui concerne tous les clients, la personne-ressource - indiquer le numéro de référence - est Jaume Angerri, Department of Technology Corporation, ICT, Via Laietana, 39, 4rt, 5e, 08003, Barcelona, Spain. Tél. : 319 88 11. Télécopieur : 310 35 35.)

Réf. CIB : Cette société recherche des produits nouveaux ou en cours de mise au point qui ont des applications sur le marché relativement aux handicapés physiques. Voici certains des produits et systèmes recherchés : produits électromécaniques destinés aux aveugles (machines comprenant le braille, appareils ménagers ou appareils électroniques personnels); périphériques d'ordinateurs personnels (OP), nouveau logiciel de langage symbolique qui facilite la communication, nouveaux moyens de transport des handicapés physiques; et systèmes incorporés de voix artificielle (dispositifs d'informations vocales, robots industriels dotés de voix, nouveaux répondeurs téléphoniques automatiques).

Réf. MEC : Un fabricant et vendeur de vannes à engrenages et d'adaptateurs pour les installations instrumentales dans les industries chimiques et pétrochimiques recherche de nouvelles technologies servant à durcir l'acier austénitique (316 dégrés) ainsi que des matières ayant un meilleur rendement, susceptibles de remplacer l'acier inoxydable. La société désire également acquérir des vannes, des adaptateurs, des filtres et des raccords nouveaux ou améliorés pour des installations chimiques et pétrochimiques.

Réf. HIC : Cette entreprise spécialisée dans la teinture et la finition du tissu voudrait diversifier ses activités dans le domaine du textile. Elle recherche des technologies,

matières, produits et systèmes nouveaux, destinés au secteur du vêtement (microfibre); des produits chimiques sans danger pour l'environnement, reliés au domaine du textile; de plus, elle veut conclure des accords de sous-traitance et de coopération qui lui permettraient d'étendre sa gamme actuelle de technologies.

Réf. VIN : Cette société recherche de nouveaux produits et solutions techniques pour les domaines thermiques, acoustiques et de l'isolation ignifuge. Plus précisément, l'entreprise veut acquérir des écrans antibruit pour les routes, les chemins de fer et les tunnels; des produits servant à isoler et remettre à neuf les faux-planchers; et des produits résistants au feu (autres que la peinture), tels que des panneaux et du mastic.

Réf. MAS : Cette firme recherche de nouveaux genres de peinture et de revêtement ayant des compositions différentes (à base d'eau, poudre, solvants naturels et matières premières sans danger pour l'environnement) et des caractéristiques spéciales (peintures résistantes au feu et ignifuges, peinture anti-rouille, peinture anti-graffiti). En général, l'entreprise s'intéresse à n'importe quel produit chimique (y compris le polyéthylène, le polypropylène et les nouveaux plastiques) relié au secteur du revêtement.

Réf. LUV : Cette entreprise qui fabrique tous les genres de tuyaux en caoutchouc pour automobiles et qui entretient des relations commerciales avec tous les fabricants d'automobiles les plus importants du monde désire étendre ses activités actuelles et recherche de nouveaux systèmes et matières qui s'appliquent à la conduction des liquides. Elle recherche précisément de nouvelles formulations relatives au caoutchouc (applicables aux tuyaux d'essence); de nouvelles matières (plastiques techniques et élastomères synthétiques); des adaptateurs et des raccords rapides (pour faciliter l'assemblage de tuyaux dans une voiture); et de nouveaux systèmes de conduction de liquides (eau, air, essence, liquide pour freins). Cette

entreprise possède deux grandes usines près de Barcelone et sa propre équipe de mise au point, et elle est en mesure de fabriquer des produits d'avant-garde et compétitifs.

Réf. BAR : Cette société bien établie, capable d'adapter tous ses projets en vue de répondre aux besoins du marché espagnol, recherche des logiciels de pointe et des outils de formation multimédias (y compris des simulateurs d'activités commerciales, des langages de programmation de quatrième génération et des systèmes qui aident à prendre des décisions dans les domaines du marketing, des finances et de la gestion des ressources humaines). Elle ne recherche que des outils de pointe et innovateurs.

Réf. GAB : Cette firme, qui vend à de nombreux secteurs industriels différents, est compétitive. Spécialisée dans le tréfilage, elle désire étendre la gamme de ses activités. Elle recherche des produits et des systèmes dans lesquels le fil est une partie intégrante (construction, automobile, rayons d'exposition de fils); des systèmes qui facilitent l'utilisation du fil (bobines employées dans la construction); des applications relatives au fil ayant une forme irrégulière (triangulaire, carrée); des matériaux de remplacement du fil de fer; et des technologies de traitement du fil. Dans ce cas, fil signifie des bandes rondes de fer ayant une largeur de 0,8 mm à 1,2 cm.

Réf. DYC : Cette entreprise dynamique met au point et utilise du matériel de correction de courant déphasé en retard dans des installations électriques. Pour étendre ses activités, la société recherche de nouveaux produits et systèmes dans les domaines suivants : analyseurs de réseaux électriques (matériel compact qui mesure toutes les valeurs électriques d'une installation d'alimentation en énergie); des appareils électriques (relais joncteurs, commutateurs, dispositifs automatiques de protection des circuits); des fusibles (fusibles de protection des semi-conducteurs);

(Voir page 4 - Espagne)

ESPAGNE

(Suite de la page 3.)

des condensateurs de puissance industriels installés sur un poteau; et des **relais innovateurs**. L'entreprise désire également échanger du savoir-faire dans le domaine de la correction du déphasage de puissance.

Réf. MASE : Approuvée par les fabricants de motocyclettes et d'autobus les plus importants d'Espagne, cette société fabrique et commercialise une vaste gamme de peintures et de revêtements industriels

(apprêts, enduits lustrés et couches de finition). L'entreprise, qui comporte une importante division de recherche et de développement, recherche de nouvelles applications des vernis électrostatiques pour les pièces en plastique et les apprêts de polypropylène.

Réf. COL : Tous les genres de produits de nettoyage, de désinfection et de stérilisation sont recherchés par une société qui fabrique,

met au point et commercialise ces articles (par l'intermédiaire de représentants exclusifs) depuis son établissement en 1925. L'entreprise s'intéresse surtout aux nouveaux produits d'hygiène et au matériel pour hôpitaux (seringues et endoscopes); à l'industrie alimentaire (systèmes de nettoyage et de réduction de la pollution); à la volaille (machines pour nettoyer les oeufs); et aux installations pour le bétail (applicateurs de désinfectant, nettoyage de silos).

DEBOUCHÉS COMMERCIAUX

Avant de prendre des engagements nos lecteurs devraient s'assurer de la bonne foi des entreprises mentionnées.

COSTA RICA — La Light and Power Agency du Costa Rica a lancé un appel d'offres pour la préqualification des entreprises qui désirent effectuer des études de faisabilité, des études de viabilité et entreprendre la mise au point finale d'un projet consistant à installer des câbles électriques et de télécommunications souterrains à San Jose.

On peut se procurer les conditions de préqualification jusqu'au 28 mai 1992 au coût de 90 \$ US. Communiquer avec l'ambassade du Canada au Costa Rica. Télex : (Code de destination : 376) 2179 9DOMCAN CR. Télécopieur : (011-506) 23-23-95.

ÉMIRATS ARABES UNIS — Un groupe de commerce professionnel, qui possède des succursales à Chypre, en Inde, en Tanzanie, ainsi que des entreprises associées en Iran et en Jordanie, désire acquérir les produits suivants du Canada : produits de base, services d'ingénierie, automobiles et pièces connexes, et produits grand public. Communiquer avec Raj Bharara, Director, Surura (MC) Ltd., P.O. Box 1140, Fujairah Free Zone, Fujairah, U.A.E. A Dubai, tél. : 00971-4-224872; télécopieur : 00971-4-279029.

INDE — Une entreprise de marketing recherche un accord de partenariat ou d'entreprise conjointe relativement à une industrie établie à Darwin (Australie), spécialisée dans l'agro-industrie, la foresterie et les produits forestiers. Les sociétés ou les particuliers intéressés peuvent s'adresser à Kishore Arora, President, Global Business Associates, 413 Commerce House, 140 Nagindas Master Road, Fountain, Bombay 400 023, India. Tél. : (22) 270000.

MEXIQUE — Le propriétaire anglophone d'une entreprise située à Mazatlan, qui possède une vaste expérience dans la fabrication industrielle et les ventes, désire entrer en contact avec des fabricants canadiens de produits marins, miniers et aquicoles. Communiquer avec Luis F. Ramirez Garcia, Tauro Ingenieria Naval, Romanita de la Pena No. 122, Mazatlan, Sinaloa, Mexico. Tél. : 011 52 (698) 2 85 15 ou (698) 2 12 17. Télécopieur : 011 52 (698) 2 12 17.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise qui a des relations partout en Australasie recherche des produits divers, notamment des installations pour la conception de produits et des dispositifs pour le contrôle industriel, des vannes de réglage, des vannes à commande pneumatique, des microrupteurs, des produits

magnétiques et des produits de capacité, des dispositifs de commutation photo-électriques, des afficheurs à cristaux liquides et des modules. Communiquer avec Peter Botha, Email Electronics Head Office, Private Bag 7, Auckland, New Zealand. Tél. : (64-9) 579-1155. Télécopieur : (64-9) 579-2681.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société de marketing de relance IBM recherche des progiciels pour l'ordonnancement et la prévision de la production (PS2 ou AS400). Communiquer avec David Smith, Madison Systems Ltd., P.O. Box 8279, Symonds Street, Auckland, New Zealand. Tél. : (64-9) 309-3655.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Spécialisée dans la gestion des projets de télécommunications et l'ingénierie des systèmes, une entreprise d'experts-conseils qui offre ses services partout en Nouvelle-Zélande désire s'associer à une firme canadienne semblable, en particulier une entreprise qui offre des services d'experts-conseils en technologie des satellites. Communiquer avec Keith Oliver, Managing Director, Teleconsultants N.Z. Ltd., P.O. Box 74-293, Auckland, New Zealand. Tél. : (64-9) 358-0445. Télécopieur : (64-9) 358-0452.

Lignes de crédit et protocoles

La SEE offre trois mécanismes de financement à l'exportation qu'elle peut établir avec des banques ou des institutions financières à l'étranger, dont les modalités sont fixées au préalable. Chacun d'entre eux permet aux acheteurs étrangers de se procurer des biens et des services canadiens à crédit et, dans chaque cas, la SEE paie directement l'exportateur canadien au nom de l'emprunteur, une fois que les modalités du contrat d'exportation ont été respectées.

Une ligne de crédit est une forme simplifiée de financement à l'exportation par laquelle la SEE prête de l'argent à une banque ou à une institution financière à l'étranger, qui rétrocède les fonds nécessaires aux acheteurs étrangers de biens et de services canadiens. Les transactions peuvent être conclues rapidement, du fait que la SEE et l'emprunteur étranger ont convenu d'avance des taux d'intérêt, des modalités de remboursement et des autres détails pertinents.

Un protocole de crédit acheteur est une entente conclue entre la SEE et une institution financière à l'étranger, par laquelle celle-ci peut garantir des prêts à l'exportation de la SEE aux acheteurs étrangers de biens et de services canadiens. La SEE et une institution financière à

l'étranger déterminent à l'avance la valeur totale des exportations canadiennes qui peuvent être garanties par le protocole et s'entendent au préalable sur la marche que doit suivre l'établissement financier à l'étranger pour garantir des transactions individuelles.

Un protocole de crédit fournisseur est un troisième type d'accord global conclu entre la SEE et une institution financière à l'étranger, qui permet à cette dernière de garantir les billets à ordre (reconnaissance de dette) émis par l'acheteur étranger à l'exportateur canadien en guise de paiement. La SEE achète ensuite les billets à ordre de l'exportateur canadien.

Actuellement, la SEE compte 45 lignes de crédit et protocoles permettant aux acheteurs de 21 pays d'avoir accès facilement à du financement à l'exportation. De plus, la SEE offre d'autres types de prêts à des acheteurs de plusieurs pays qui ne figurent pas sur la liste ci-dessous.

Si vous avez besoin de plus amples renseignements sur la façon dont le financement à l'exportation de la SEE peut vous aider à conclure une transaction à l'étranger, communiquez avec le bureau régional le plus proche.

CATÉGORIES

- 1) Emprunteur
- 2) Montant disponible au 31 décembre 1991
- 3) Modalités de remboursement
- 4) Interlocuteur des acheteurs auprès de l'emprunteur
- 5) Représentants de l'emprunteur en Amérique du Nord

- 1) CORPORACIÓN NACIONAL DEL COBRE
- 2) 15 000 000 \$ US
- 3) 3 à 7 ans
- 4) Cesar Lillo, directeur, Dette
Tél.: 56-2-690-3613
Télex: 240672/3
Télécopieur: 56-2-690-3669

- 1) Instituto de Fomento Industrial
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Ricardo Rodríguez Beltran
Tél.: 57-1-283-8673
Télex: 044-642
Télécopieur: 57-1-283-8553

MEXIQUE ET AMÉRIQUE DU SUD

Interlocuteur de la SEE : June Domokos, directrice

BOLIVIE, COLOMBIE, ÉQUATEUR, VENEZUELA

- 1) Corporación Andina de Fomento
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Efraín Cazar, directeur, Financement Caracas, Venezuela
Tél.: 58-2-285-5555
Télex: 27418 CAFVF
Télécopieur: 58-2-284-5754

COLOMBIE

- 1) Banco Cafetero
- 2) 5 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Raúl Gonzalez Torres
Directeur, Succursales à l'étranger
Tél.: 57-1-282-7742
Télex: 44460 BNCACO
Télécopieur: 57-1-283-5207

MEXIQUE

- 1) Banca Serfin, S.N.C.
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Oscar Adad Rosas, vice-président Affaires internationales
Tél.: 525-512-9000
Télécopieur: 525-512-1173
- 5) Ramón Díez-Canedo, Représentant
Tél.: 416-360-8900

- 1) Banco Unión Colombiano
- 2) 3 000 000 \$ US
- 3) 3 à 7 ans
- 4) Ernest Field, président
Tél.: 57-1-210-3408
Télex: 42050 RYBACO
Télécopieur: 57-1-211-4683

- 1) Banco del Atlántico, S.N.C.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Jorge Pulido Fregoso, vice-président
Tél.: 525-544-5460
Télécopieur: 525-544-5283

CHILI

- 1) Banco O'Higgins
- 2) 15 000 000 \$ US
- 3) 2 à 8 ans
- 4) Alejandro Young Downey, directeur adjoint Affaires étrangères
Tél.: 56-2-698-8424
Télex: 340306 Baohm Ck.
Télécopieur: 56-2-671-7152

- 1) Ecopetrol
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8 ans
- 4) Pedro Marquez
Directeur, Achats
Tél.: 57-1-288-3556
Télex: 44361
Télécopieur: 57-1-288-6440

- 1) Banco Internacional, S.N.C.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Jorge A. Salinas Nilson, vice-président Commerce extérieur
Tél.: 525-566-2800/1636
Télécopieur: 525-535-7705

- 1) Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
- 2) 40 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Rosa Maria Solis, vice-présidente
Affaires bancaires internationales
Tél.: 525-652-9529
Télécopieur: 525-652-7313

- 1) Banco Nacional de México, S.N.C.
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Alfredo Soto, premier vice-président
Financement des importations
Tél.: 525-720-6021
Télécopieur: 525-510-4271
- 5) Karin Rugeberg, représentante
Tél.: 416-368-1399
Télécopieur: 416-367-2543

- 1) Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C. (BANOBRAS)
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) C.P. Gilberto Martínez Montes
Directeur intérimaire, Financement
Tél.: 525-583-1403
Télécopieur: 525-583-9791

- 1) Bancomer, S.N.C.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Magda Mesegué, directrice adjointe
Promotion commerciale
Tél.: 212-759-7600
Télécopieur: 212-888-4355/832-8459

- 1) Comisión Federal de Electricidad (CFE)
- 2) 30 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Alberto Castelazo, directeur général, Finances
Tél.: 525-553-6448
Télécopieur: 525-553-6538

- 1) Multibanco Comermex
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Esperanza Roch Soto, vice-présidente
Opérations bancaires à l'étranger
Tel.: 525-395-5609
Télécopieur: 525-207-5264

- 1) Nacional Financiera, S.N.C.
- 2) 30 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) José Luis Orenco, directeur, Financement bilatéral
Tél.: 525-325-7022
Télécopieur: 525-550-2557

- 1) Petróleos Mexicanos
- 2) 20 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Eduardo Ito, Finances internationales
Tél.: 525-254-1896
Télécopieur: 525-531-4955

- 1) Petróleos Mexicanos
- 2) 500 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Eduardo Ito, Finances internationales
Tél.: 525-254-1896
Télécopieur: 525-531-4955

VENEZUELA

- 1) Banco Provincial S.A.I.C.A.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 2 à 8 ans
- 4) Arturo Ganteaume, vice-président
Affaires internationales
Tél.: 582-574-3922/9622
Télécopieur: 582-574-1965

ÉTATS-UNIS ET ANTILLES

Interlocuteur de la SEE : Jim Brockbank, directeur

BARBADE

- 1) Barbados National Bank
- 2) 5 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Laurretta Matthews, directrice générale
Affaires bancaires
Tél.: 809-427-5920
Télécopieur: 809-426-5048

- 1) Barbados Telephone Company Limited
- 2) 5 050 000 \$ US
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) K.C. Went, contrôleur intérimaire
Tél.: 809-429-5050
Télécopieur: 809-436-5036

TRINITÉ-ET-TOBAGO

- 1) Central Bank of Trinidad and Tobago
- 2) 15 000 000 \$ US
- 3) 3 à 8,5 ans
- 4) Nigel Chrichton, agent des opérations
Investissements et Changes
Tél.: 809-625-4835
Télécopieur: 809-627-4696

EUROPE

Interlocuteur de la SEE : David Hylton, directeur

BELGIQUE

- 1) Générale de Banque
- 2) 10 000 000 \$ CAN
- 3) 4, 6, 8 ou 10 ans
- 4) Paul Jacques, directeur
Division du Commerce international

DANEMARK

- 1) Den Danske Bank
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 2, 3 ou 5 ans
- 4) Stig Moeller Nielsen
Financement des importations et des exportations
Centre de financement du commerce extérieur
Copenhagen Handelsbank, A/S
Tél.: 45-1-12-86-00
Télex: 12186E COCO DK
Télécopieur: 45-1-12-63-93

HONGRIE

- 1) Banque Magyar Nemzeti
- 2) 15 000 000 \$ CAN
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Laszlo Urban, premier directeur général adjoint
Affaires bancaires internationales
Tél.: 36-1-153-3535
Télex: 225755
Télécopieur: 36-1-153-1058
- 5) National Bank of Hungary
Tél.: 212-969-9270
Télex: 238180

ITALIE

- 1) Banca Nazionale Del Lavoro
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 2, 3 ou 5 ans
- 4) Vincenzo Senturi
Tél.: 06-4702-7562
Télex: 680549 BNLFIN I
- 5) W.A. Galbraith
Vice-président, Affaires bancaires internationales
Tél.: 416-365-7777
Télex: 06218880
Télécopieur: 416-365-0849

NORVÈGE

- 1) Den norske Bank
- 2) 10 000 000 \$ CAN
- 3) jusqu'à 5 ans
- 4) Arild Svensson, directeur général adjoint
Service des Affaires internationales
Tél.: 47-2-48-16-56
Télex: 78175 DNC N

PORTUGAL

- 1) Banco Português do Atlântico
- 2) 4 703 000 \$ US
- 3) 2, 3, 5 ou 7 ans
- 4) Maria Helena Allen Valenoa, directrice régionale
Relations avec les Amériques
Tél.: 351-1-3461321/325036
Télex: 16559 BPA LXP/42944 ILBANK P
Télécopieur: 351-1-321307/3475315
- 5) Alfonso Finocchigro, directeur général régional
Tél.: 212-306-7800
Télex: ITT 428339
Télécopieur: 212-766-8047

ROYAUME-UNI

- 1) Banque de Montréal
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3 ou 5 ans
- 4) Soren Christensen, premier vice-président
Tél. : 44-1-236-3225
Télex : 021-622735
Télécopieur : 44-1-236-7041
- 5) Peter Wren, directeur principal
Développement des produits et Marketing
Financement du commerce extérieur
Tél. : 416-867-5584

TCHÉCOSLOVAQUIE

- 1) Ceskoslovenska Obchodni Banka, A.S.
- 2) 25 000 000 \$ CAN
- 3) jusqu'à 8,5 ans
- 4) Jaroslava Sindelarova, directrice régionale
Tél. : 42-2-232-2981
Télex : 122489
Fax : 42-2-232-3892

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Interlocuteur de la SEE : Didier Delahousse, directeur

ALGÉRIE

- 1) Banque Algérienne de Développement
- 2) 253 000 000 \$ CAN
- 3) 10 ans
- 4) M. Kebir, directeur, Financement extérieur
- 1) Banque Algérienne de Développement
- 2) 3 039 000 \$ US
- 3) 3 à 5 ans
- 4) M. Kebir, directeur, Financement extérieur

ISRAËL

- 1) Banque Hapoalim B.M.
- 2) 9 168 000 \$ US
- 3) 3, 5 ou 7 ans
- 4) Tovi Shpayer, vice-présidente
Commerce extérieur
Tél. : 03-5673416
- 5) Yehoshua Flam, représentant au Canada
Tél. : 514-935-1128
Télex : 5267448
- 1) Banque Leumi Le-Israel B.M.
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3, 5 ou 7 ans
- 4) Miriam Salzman, directrice adjointe
Tél. : 03-5148630
- 5) Menachem Inbar, président-directeur général
Tél. : 416-789-3392
Télex : 06-218582
Télécopieur : 416-785-9398

- 1) United Mizrahi Bank Limited
- 2) 10 000 000 \$ US
- 3) 3, 5 ou 7 ans
- 4) Ephraim Eisenmann, directeur adjoint
Tél. : 03-611218
- 5) Shmuel Messenberg
Premier vice-président à la direction
UMB Bank & Trust Co.
Tél. : 212-541-8070

TUNISIE

- 1) République tunisienne, Ministère du Plan
- 2) 37 123 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Abdelhamid Bouhaouala, directeur
Coopération internationale
Ministère du Plan, Place de la Monnaie

PACIFIQUE ET ASIE DU NORD

Interlocuteur de la SEE : Tom Macdonald, directeur

CHINE (RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE)

- 1) Banque de Chine
- 2) jusqu'à 1 500 000 000 \$ CAN ou l'équivalent en dollars américains ou en devises acceptables*
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Wang Huanbang, directeur général
Deuxième service du crédit
Télex : 22254 BCHO CN
- 5) Zhang Yang
Tél. : 416-362-2991

* Des modalités de financement concessionnel peuvent aussi être envisagées par le gouvernement du Canada par l'entremise de la SEE. Les fonds sont limités, et des critères particuliers s'appliquent.

PHILIPPINES

- 1) République des Philippines
 - 2) environ 11 000 000 \$ CAN ou l'équivalent en dollars américains**
 - 3) jusqu'à 10 ans
 - 4) R. Sibal, sous-secrétaire
Office municipal des projets téléphoniques
Tél. : 63-2-921-89-77
Télex : 67756 TELOP
- et
- C. Latulipe, deuxième secrétaire, ACDI
Tél. : 63-2-815-95-36
Télex : 63676
- ** Financement offert en parallèle avec l'ACDI

ASIE DU SUD

Interlocuteur de la SEE : John Balint, directeur

INDE

- 1) Commission du pétrole et du gaz naturel
- 2) 54 700 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) M.C. Nawalkha, Finances
Tél. : (Dehra Dun) 91-27121/27126
(poste 326)
Télex : (Dehra Dun) 0585-206/207

- 1) Indian Oil Corporation Ltd.
- 2) 8 700 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) P. Sugavanam, directeur général adjoint, Finances
Tél. : (Delhi) 91-11-331-6540
Télex : (Delhi) 031-62556/66795

- 1) Oil India Limited
- 2) 8 500 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) K.N. Pal, directeur, Finances
Tél. : 91-11-312-493
Télex : 031-62024 OILD-IN

- 1) Ministère des Affaires économiques
- 2) 5 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) S. Vardhachary, secrétariat conjoint (TC)
Tél. : (Delhi) 91-11-3012881
Télex : 031-66175 FINE-IN

THAÏLANDE

- 1) Banque Siam Commercial
- 2) 25 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Na Bhengbhasang Krishnamra
Premier vice-président et directeur
Affaires internationales et Relations avec les institutions
Tél. : 66-2-256-1305/1304
Télex : 82995/828756-20142
Télécopieur : 66-2-253-6697

- 1) Banque Krung Thai
- 2) 25 000 000 \$ US
- 3) jusqu'à 10 ans
- 4) Salisa Nimsomboon, directrice, Marketing
Tél. : 66-2-254-9593
Télex : TH 81179
Télécopieur : 66-2-255-9391

BUREAUX RÉGIONAUX

RÉGION DE L'OUËST Peter Foran Vice-président		RÉGION DE L'ONTARIO Rolfe Cooke Vice-président		RÉGION DU QUÉBEC ET DE L'ATLANTIQUE Vice-président	
BUREAU DE VANCOUVER Bureau 1030 One Bentall Centre 505, rue Burrard Vancouver (C.-B.) VTX 1M5 Tél. : (604) 666-6234 Télécopieur : (604) 666-7550	BUREAU DE CALGARY Bureau 1030 510, 5 ^e rue S.-O. Calgary (Alberta) TZP 3S2 Tél. : (403) 292-6898 Télécopieur : (403) 292-6092	BUREAU DE TORONTO Bureau 810 Édifice de la Banque Nationale 150, rue York C.P. 810 Toronto (Ontario) MSH 3S5 Tél. : (416) 973-6211 Télécopieur : (416) 862-1267	BUREAU DE LONDON Bureau 1512 Talbot Centre 148, rue Fullarton London (Ontario) NGA 5P3 Tél. : (519) 645-5828 Télécopieur : (519) 645-5580	BUREAU DE MONTRÉAL Bureau 2724 800, place Victoria C.P. 124, Succursale postale Tour de la Bourse Montréal (Québec) H4Z 1C3 Tél. : (514) 283-3013 Télécopieur : (514) 878-9891	BUREAU DE HALIFAX Bureau 1003 Édifice de la Banque TD 1791, rue Barrington Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 3L1 Tél. : (902) 429-0426 Télécopieur : (902) 423-0881
PETER FORAN Vice-président	JIM CHRISTIE Directeur	RICHARD McCORKINDALE Directeur	JAN DVORAK Directeur de district	JACQUES LACASSE Directeur	STEPHEN DEMPSEY Directeur
BUREAU DE WINNIPEG 6 ^e étage 330, avenue Portage Winnipeg (Manitoba) R3C 0C4 Tél. : (204) 983-5114 Télécopieur : (204) 983-2187		BUREAU D'OTTAWA 151, rue O'Connor Ottawa, Canada K1A 1K3 Tél. : (613) 598-2992 Télécopieur : (613) 237-2690			
DOUGLAS GYLES Directeur		HOWARD McCOURT Directeur de district			

SIÈGE SOCIAL

151, rue O'Connor, Ottawa, Canada K1A 1K3
Tél. : (613) 598-2500 Téléx : 053-4136 Télécopieur : (613) 237-2690

ASSURANCES À L'EXPORTATION

VICE-PRÉSIDENT Ian Gillespie	DIVISION DES ASSURANCES À COURT TERME Janice Graves Directrice générale	DIVISION DES ASSURANCES À MOYEN TERME Eric Siegel Directeur général			
SERVICE DE L'ONTARIO ET DE L'OUËST Keith Miloy Directeur	SERVICE DU QUÉBEC ET DE L'EST Gerry Bourbonnais Directeur	SERVICE DE L'AGRICULTURE ET DES CRÉDITS DOCUMENTAIRES Directeur	RÉGION DE L'OUËST Ken Dunn Directeur	RÉGION DE L'EST Jean Cardyn Directeur	SERVICE DE L'ASSURANCE- INVESTISSEMENT À L'ÉTRANGER Robert Randall Directeur
Télécopieur : 598-2525	Télécopieur : 598-2780	Télécopieur : 598-2780	Télécopieur : 237-2690	Télécopieur : 237-2690	Télécopieur : 237-2690

FINANCEMENT À L'EXPORTATION

DIVISION DE L'AFRIQUE, DU MOYEN-ORIENT ET DE L'EUROPE Henri Souciquères Directeur général	DIVISION DES AMÉRIQUES Don Curtis Directeur général	DIVISION DE L'ASIE ET DU PACIFIQUE Mike McLean Directeur général	SERVICES CONSULTATIFS INDUSTRIELS Mike Scully Directeur
SERVICE DE L'AFRIQUE ET DU MOYEN-ORIENT Didier Delahousse Directeur	SERVICE DU MEXIQUE ET DE L'AMÉRIQUE DU SUD June Domokos Directrice	SERVICE DU PACIFIQUE ET DE L'ASIE DU NORD Tom Macdonald Directeur	Télécopieur : 598-2504
SERVICE DE L'EUROPE Dave Hyton Directeur	SERVICE DES ÉTATS-UNIS ET DES ANTILLES Jim Brockbank Directeur	SERVICE DE L'ASIE DU SUD John Bell Directeur	
Télécopieur : 598-2503	Télécopieur : 598-2504	Télécopieur : 598-2503	

INDEMNISATIONS ET RECOURVEMENTS

HUBERT CHÉNIER
Directeur
Télécopieur : 598-2637

COMPTABILITÉ ET VERSEMENTS DES PRÊTS

HARRY KAUNISVITA
Directeur
Télécopieur : 598-2514

COMITÉ DE LA HAUTE DIRECTION

PAUL LABBÉ
Président et Chef de la direction

MARTIN BAIKER
Premier vice-président

GLEN HAMMOND
Premier vice-président

BILL MUSGROVE
Vice-président

ROGER PRUENEAU
Premier vice-président

GILLES ROSS
Premier vice-président

BOB VAN ADEL
Premier vice-président

Octroi de licences pour les produits olympiques

L'Atlanta Committee for the Olympic Games (ACOG) fait savoir que les demandeurs de licences devraient exercer leurs activités commerciales comme entrepreneurs principaux auprès de réseaux de distribution bien établis, dans le cadre d'entreprises conjointes ou comme fournisseurs. Les entreprises canadiennes doivent être en mesure de commercialiser leurs licences à compter du 10 août 1992, immédiatement après la fin des Jeux d'été de Barcelone. Afin de maximiser les redevances des sociétés, l'ACOG indique que les demandes seront reçues en mai 1992 et les permis seront accordés à partir de juin 1992, et ce, pour que la vente des produits agréés commence après le 10 août 1992. Dans ce très court délai : (a) les détenteurs actuels de permis au Canada devraient informer l'ACOG et le Trust Olympique du Canada s'ils désirent présenter une demande de permis; (b) les entreprises qui veulent obtenir un permis relativement à un produit non agréé au Canada par le Trust Olympique du Canada devraient présenter une demande à l'ACOG et au Trust Olympique du Canada avant la fin de mai 1992 car l'AGOC étudiera toutes les demandes en juin 1992 - les demandes doivent démontrer que les requérants possèdent des antécédents financiers solides et des réseaux de distribution déjà établis; (c) les entreprises canadiennes qui veulent présenter des demandes de permis à l'extérieur du Canada devraient informer l'ACOG de leurs intentions et, en même temps, amorcer les négociations avec des partenaires étrangers dans les pays tiers où les permis seront commercialisés.

Personnes-ressources : M. Donald Simpson, VP Marketing, Trust Olympique du Canada, 2, avenue StClair ouest, bureau 606, Toronto (Ontario) M4V 1L5; tél. : (416) 967-6681; télécopieur :

(416) 967-4902. Mr. Robert Hollander, Director of Merchandising, ACOG, 250 Williams St, Suite 6000, PO Box 1996, Atlanta, Ga. 30301-1996, USA; tél. :

(404) 224-1629; télécopieur : (404) 224-1997. M. David Peippo, délégué commercial à Atlanta; tél. : (404) 577-6810; télécopieur : (404) 524-5046.

Entreprises recherchées pour participer à un salon de l'ingénierie et de l'industrie alimentaires au Japon

Osaka — On encourage les sociétés canadiennes à participer à "deux salons à la fois", auxquels le consulat général du Canada à Osaka tiendra un kiosque d'information.

Le 6th Japan International Food Engineering & Industry Show (6th JIFES) (6e salon international de l'ingénierie et de l'industrie alimentaires au Japon), qui aura lieu du 23 au 26 octobre 1992, présentera des machines et de la technologie de transformation, d'emballage, de manutention de matières, ainsi que des aliments transformés. En général, la participation à cette manifestation permet aux entreprises d'établir de meilleures relations et communications avec les fabricants, les distributeurs et les consommateurs de produits alimentaires. Elle les aide aussi à se tenir au courant des dernières tendances sur ce marché japonais lucratif.

Ces tendances de marché indiquent que :

- le marché des aliments "à réchauffer et servir" prend de l'expansion en raison de l'augmentation du nombre de familles à deux revenus;

- la cuisine occidentale (les plats cuisinés et les casse-croûte ainsi que les plats servis dans les restaurants et les restaurants-minutes) devient de plus en plus appréciée; et

- le secteur des hôtels et de l'hébergement au Japon devient de plus en plus internationalisé.

L'emplacement du salon jouera également un rôle important pour les

entreprises qui tentent de percer sur ce marché ou d'y étendre leurs activités : Osaka, qui compte 22 millions d'habitants, occupe la deuxième place au Japon comme centre industriel, financier et commercial. Son économie est presque équivalente à celle du Canada (c.-à-d. 3 % du PIB mondial).

JIFES, salon spécialisé de machines pour l'industrie alimentaire, d'aliments transformés et de technologie industrielle connexe, se tient tous les deux ans.

En 1990, il a attiré 443 exposants, dont 109 sont venus de 15 pays d'outre-mer. En 1992, on prévoit que la manifestation attirera un nombre égal ou supérieur d'exposants ainsi que 120 000 visiteurs.

En général, les aliments exposés sont principalement de la viande transformée, de la volaille et des fruits de mer; des produits laitiers et des produits à base de sucre; des machines de confiserie et de boulangerie; des machines de cuisine; des machines de transformation des aliments; et des machines pour l'emballage des produits alimentaires et la manutention des matières.

Pour se renseigner sur la manière de participer à JIFES, communiquer avec Greg Bates, Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8619. Télécopieur : (613) 943-8286.

A Mediaville, le kiosque d'information du Canada visera le marché de la câblodistribution en France

Toulon — Un kiosque d'information du Canada qui a pour objet d'aider les entreprises canadiennes de câblodistribution à percer sur le marché de la câblodistribution en France sera établi à Mediaville'92, qui se tiendra du 2 au 4 juin à Toulon, en France.

C'est la deuxième année que le profil des programmes, du matériel et des experts-conseils canadiens dans le domaine de la télévision sera établi à Mediaville, où le thème de cette année sera "La câblodistribution en 1992 : nouvelles initiatives et responsabilités".

Les organisateurs du kiosque d'information - Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, le ministère des Communications et l'ambassade du Canada à Paris - disent que pour pénétrer le marché de la câblodistribution en France, il faut avoir de l'argent et être patient et persévérant - mais le rendement vaut la peine.

Ils font également remarquer que les entrepreneurs français, qui considèrent le Canada comme un modèle, recherchent des partenaires canadiens.

De plus en plus, les réseaux de câblodistribution en France offrent un service de base complété par des options à valeur ajoutée. Avec l'introduction de Visiopass, un désembrouilleur intelligent, la télévision payante par émission est devenue une réalité.

De plus, des modifications importantes sont apportées aux politiques gouvernementales relatives à la câblodistribution en France, et l'on s'efforce de résoudre les problèmes de pénétration du marché qui se sont posés par le passé.

Au cours des derniers mois, on accorde la priorité à la fourniture de la

câblodistribution à tous les foyers par les moyens traditionnels, dans un "contexte commercial viable". Par ailleurs, les frais d'abonnement inférieurs ont entraîné une augmentation du nombre d'abonnés au câble, qui a atteint 820 000 en février 1992 - c.-à-d. une augmentation de 50 % par rapport à l'année précédente.

Les sociétés qui désirent exposer, faire des exposés, visiter Mediaville'92 ou se renseigner sur le secteur de la câblodistribution en France peuvent contacter Gary Luton, Service commercial, ambassade du Canada, Paris, télécopieur : (011-33-1) 47.20.19.44, tél. : (011-33-1) 47.23.01.01; ou Patrick Julien, Coopération technique internationale, ministère des Communications, Ottawa. Télécopieur : (613) 990-8320. Télécopieur : (613) 990-4211.

Plast-Imagen'92 au Mexique

Mexico — Les sociétés canadiennes peuvent exposer leurs produits, du 7 au 11 septembre, au pavillon national du Canada à Plast-Imagen'92, l'une des foires commerciales les plus grandes et les plus importantes qui se tiennent chaque année à Mexico.

Après la foire, les participants peuvent aller, dans le cadre d'une mission commerciale, à Bogota et à Cali (Colombie), où le personnel commercial de l'ambassade du Canada organisera des rencontres avec des personnes clés de l'industrie colombienne du plastique.

C'est la troisième année consécutive que le Canada sera présent à Plast-Imagen'92 avec un pavillon national. L'année dernière, 17 sociétés canadiennes sur plus de 200 exposants venus de 15 pays ont participé à la manifestation.

Elles ont appris qu'avec plus de 3 000 entreprises oeuvrant au Mexique dans l'industrie du plastique, il existe de nombreux débouchés pour les sociétés

Foires commerciales au Venezuela et à Porto Rico

Amérique du Sud/Porto Rico - Des sociétés canadiennes spécialisées dans les domaines des télécommunications et de l'informatique doivent s'inscrire maintenant pour exposer de la documentation et des brochures sur leurs produits à l'une ou l'autre des foires commerciales qui auront lieu au Venezuela et à Porto Rico, cet automne.

Les entreprises pourraient aussi avoir leur propre stand - auquel cas elles devraient envisager de présenter une demande dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Voici les manifestations, les dates et les lieux :

Inforven'92 - 29 septembre - 2 octobre, Caracas (Venezuela).

Caribecom'92 - 7-9 octobre, San Juan (Porto Rico).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la façon d'exposer de la documentation ou des brochures sur des produits ou d'avoir un stand à ces foires commerciales, communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

qui veulent percer sur ce marché ou y étendre leurs activités.

Les entreprises qui désirent participer ou obtenir d'autres renseignements sur Plast-Imagen'92 peuvent communiquer avec Jon Dundon, Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125,

prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921.

Pour obtenir des informations commerciales précises sur le Mexique, s'adresser à Marcel LeBleu au (613) 995-8804; pour des renseignements sur la Colombie, contacter Georges Lemieux au (613) 996-5548. On peut communiquer avec ces trois personnes au numéro de télécopieur suivant : (613) 943-8806.

Le Japon - Foires et missions commerciales

Voici, dans l'ordre alphabétique, par secteur et selon l'ordre chronologique, une liste des projets principaux de promotion 1992-1993 au Japon, auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces manifestations et sur la façon de participer, veuillez communiquer avec les agents commerciaux indiqués, en utilisant le numéro de téléphone fourni ou le numéro de télécopieur suivant : (613) 943-8286.

AÉRONAUTIQUE

• **Mission à l'étranger dans le domaine des produits de sécurité** - Tokyo, Osaka et Hong Kong - Mai 1992. On mettra l'accent sur les produits de sécurité des aéroports et des établissements.

Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

• **Séminaire à l'étranger sur les programmes de formation relative à l'aviation et aux aéroports** - Japon - Octobre 1992 (Mission à l'étranger). On mettra l'accent sur les débouchés dans le domaine de la formation en aéronautique.

Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES ET FRUITS DE MER

• **Mission canadienne relative au capelan** - Japon - Mai et juin 1992. On mettra l'accent sur le marché du capelan au Japon.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon des services d'alimentation** - Japon - Kiosque d'information - Septembre 1992. On mettra l'accent sur les secteurs des hôtels, des restaurants et des établissements.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

• **Salon international de l'alimentation d'Osaka** - Osaka - Kiosque d'information - Octobre 1992. On mettra l'accent sur les produits

alimentaires et le matériel de transformation des aliments.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

• **Foodex 93** - Japon - Aire d'information centrale - Mars 1993. On mettra l'accent sur les aliments transformés.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

• **Exposition individuelle des produits alimentaires de Kansai au printemps** - Osaka - Exposition individuelle - Mars 1993. On mettra l'accent sur les produits alimentaires transformés et semi-transformés.

Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619

INDUSTRIES BIOLOGIQUES ET PRODUITS POUR LES SOINS DE SANTÉ

• **Séminaire sur la biotechnologie** - Osaka - Août 1992. Il coïncide avec Bio-Japan, à Yokohama.

Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

• **Mission à l'étranger relative au Système d'information géographique** - Japon - Octobre et novembre 1992. On mettra l'accent sur tous les aspects des systèmes d'information géographique.

Personne-ressource : Cathy Patton (613) 995-8596

• **Salon canadien des produits destinés aux personnes âgées** - Exposition individuelle - Mars 1993. On mettra l'accent sur les produits de soins de santé et les services destinés aux personnes âgées.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

PRODUITS GRAND PUBLIC

• **Salon international des cadeaux de Kobe** - Osaka - Kiosque d'information - Septembre 1992. On mettra l'accent sur les articles cadeaux, les produits artisanaux, etc.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon international des bateaux de Kobe** - Osaka - Kiosque d'information - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les bateaux de plaisance, les canots, les kayaks et les petites embarcations de pêche.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon individuel des produits de plein air (villégiature et loisirs)** - Osaka - Kiosque d'information - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les articles de sport et les produits de loisirs en plein air.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon international des meubles de Tokyo** - Tokyo - Kiosque d'information - Décembre 1992. On mettra l'accent sur les meubles (de tous genres).

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

• **Salon international des articles cadeaux de Tokyo** - Tokyo - Kiosque d'information - Février 1993. On mettra l'accent sur les articles cadeaux, les produits artisanaux, etc.

Personne-ressource : Garnet Richens (613) 995-1677

INDUSTRIES DES PRODUITS FORESTIERS ET DE LA CONSTRUCTION

• **Foire commerciale internationale de l'habitation de Kobe** - Osaka - Kiosque d'information - Juin 1992. On mettra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Mission japonaise de Kansai au National Home Show**, dans le domaine des produits 2 sur 4, constructeurs de maisons (R 2000) - Japon - Septembre 1992. On mettra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• **Foire internationale de l'habitation** - Japon - Kiosque d'information - Octobre 1992. On

(suite page 12)

LE JAPON - 1992 et 1993

metra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• Salon individuel des produits de construction de Kansai - Osaka - Exposition individuelle - Octobre 1992. On mettra l'accent sur les matériaux et les produits de construction.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• Salon canadien individuel des maisons en bois rond - Exposition individuelle - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les maisons en bois rond et les produits grand public de plein air.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• Salon du granite - Tokyo et Nagoya - Exposition individuelle - Novembre

1992. On mettra l'accent sur les produits en granite.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

• Mission dans le domaine de l'aménagement des lieux de villégiature - Japon - Mission à l'étranger - Novembre 1992. On mettra l'accent sur l'aménagement des lieux de villégiature.

Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

INFORMATIQUE

• Salon de l'électronique du Japon - Osaka - Kiosque d'information - Octobre 1992. On mettra l'accent sur l'informatique et les produits électroniques.

Personne-ressource : Sandra Neidy (613) 996-2460

• Mission et séminaire à l'étranger dans le domaine des logiciels pour gros ordinateurs - Japon - Mission à l'étranger - Janvier 1993. On mettra l'accent sur les logiciels pour gros ordinateurs.

Personne-ressource : Sandra Neidy (613) 996-2460

INDUSTRIES DU TRANSPORT (AUTOMOBILES)

• Mission au Japon, relative aux pièces d'automobiles - Japon - Mission à l'étranger - Octobre 1992. On mettra l'accent sur les pièces d'automobiles. Personne-ressource : John Wayne Hall (613) 996-2463

AU CALENDRIER

Vancouver — 29 mai; **Montréal** - 10 juin; **Toronto** - 11 juin - Canadian Women Doing Business in Asia présentera les résultats d'une récente étude réalisée à travers le pays. Ce séminaire d'une demi-journée donnera plusieurs conseils pratiques concernant les réseaux d'occasions d'affaires et pour réussir en Asie. Pour plus d'information, communiquer avec Linda Peach, Vancouver. Tél.: (604) 666-1426. Télécopieur: (604) 666-8330.

Ottawa — 3-4 juin - Les neuvièmes Consultations annuelles du secteur privé avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI) fourniront des renseignements au secteur privé sur la nouvelle orientation de l'ACDI, le Fonds de développement du secteur privé, les méthodes stratégiques de collaboration avec les organismes non gouvernementaux afin de remporter de nouveaux contrats et la manière de traiter avec l'ACDI et les

banques multilatérales. Les Prix canadiens d'excellence pour l'apport du secteur privé au développement international 1992 seront aussi décernés. Communiquer avec M. George Rogerson, Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél.: (613) 238-8888, poste 234. Télécopieur: (613) 563-9218.

Ottawa — 11 juin - Le Forum for Industrial Participation traitera de sujets reliés à l'examen de la politique en matière d'avantage industriel régional au Canada, au Comité sur la prospérité et la compétitivité industrielle et aux possibilités de vente à l'OTAN. Pour s'inscrire ou obtenir d'autres informations, communiquer avec Bob Brown à Ottawa. Tél.: (613) 733-0704. Télécopieur: (613) 741-6013.

Ville de Québec — 11-15 juillet - 10e Conférence nord-américaine des champignonnistes. Les sujets traités comprendront le marketing par-

ticulier aux champignons et la façon de vendre un produit dans un secteur concurrentiel où quelques producteurs vendent des champignons mais ne contrôlent pas le marché. Pour plus d'information, communiquer avec l'Association des champignonnistes du Canada, à Ottawa. Tél.: (613) 226-4187. Télécopieur: (613) 226-2984.

St-John's — 23-25 juin - La 8th Annual Onshore-Offshore Petroleum Exhibition (8e exposition annuelle du pétrole exploité à terre et en mer) sera accessible au public, aux sociétés et aux visiteurs qui oeuvrent dans le domaine de l'exploration et du développement des réserves d'hydrocarbures au large de la côte est du Canada, ou qui s'intéressent à ce domaine. Pour tout renseignement sur l'exposition, prendre contact avec Atlantic Expositions Ltd. (Terre-Neuve). Tél.: (709) 651-3315. Télécopieur: (709) 256-4051.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation
Port paid Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°10



Le secteur pétrolier est florissant et prometteur en Arabie Saoudite

L'entreprise pétrolière nationale d'Arabie Saoudite, ARAMCO, accélère son programme d'expansion de 25 milliards de dollars (US).

Elle continuera à dépenser dans le cadre de grands projets d'immobilisations au moins pendant les deux prochaines années car elle s'efforce d'accroître sa production actuelle de 8 millions à 10 millions de barils par jour.

Le programme d'expansion d'ARAMCO et les projets connexes dans le secteur pétrochimique font de

l'Arabie Saoudite un marché attrayant pour les exportateurs canadiens de produits, de services et de technologie.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés et foires à Cuba	3
Recouvrement des dettes	4
L'ANASE et le Mexique	9
Foires commerciales	10-11
Publications et calendrier	12

Le plan d'ARAMCO demeure le pivot de l'expansion dans la province de l'Est. Bien qu'il soit difficile d'obtenir les chiffres exacts du budget, on peut s'attendre raisonnablement à ce qu'ARAMCO dépense 25 milliards de dollars (US) sur son programme d'expansion d'ici la fin de ce siècle. Bien entendu, cette estimation devrait être modifiée si l'Arabie Saoudite se trouvait obligée de changer sa stratégie et de limiter la production en réponse à une diminution considérable de la demande.

Les dépenses engagées dans l'exploration, les installations de production, la remise à neuf des raffineries et les installations de transport atteindront un total d'au moins 6,8 milliards de dollars (US) en 1992.

Voici les prochains grands projets ainsi que leurs coûts estimatifs :

- Expansion et remplacement de la plateforme fixe à South Safaniya - 300 millions \$ US;
- Éjection de gaz par tube à Berri - 250 millions \$ US;
- Éjection de gaz à South Safaniya - 325 millions \$ US;
- Injection d'eau à South Hawiyah - 150 millions \$ US;
- Remise à neuf de la raffinerie à Ras Tanura. La valeur totale des travaux sur plusieurs années est estimée à plusieurs milliards de dollars.

ARAMCO a conclu des marchés avec trois grandes entreprises américaines d'ingénierie afin que celles-ci gèrent les programmes. Fluor Daniels est

Suite à la page 2 — Pétrole

Nouveaux règlements d'étiquetage des aliments aux États-Unis

Les exportateurs canadiens de produits alimentaires vers les États-Unis (É.-U.) devront réimprimer les étiquettes sur tous leurs produits alimentaires emballés et transformés, vendus aux É.-U.

Cette mesure doit être prise pour se conformer aux nouveaux règlements relatifs à l'emballage des aliments aux É.-U., rendus obligatoires par la U.S. Food and Drug Administration (FDA).

L'entrée en vigueur des nouvelles exigences en matière d'étiquetage offrira des débouchés commerciaux aux exportateurs canadiens, et ce, parce que les imprimeurs aux É.-U. ne sont pas capables de satisfaire à la demande que la production d'un tel volume requiert.

La FDA estime que les nouveaux règlements affecteront les produits distribués par 17 000 entreprises de transformation d'aliments, supermarchés, grossistes, restaurants et autres magasins d'alimentation.

Les étiquettes pour 257 000 différents produits seront affectées, ce qui signifie que des milliards d'étiquettes indivi-

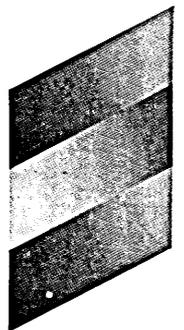
duelles, de boîtes, d'emballage par rétraction et d'autres emballages seront requis.

Pour aider les fournisseurs canadiens éventuels qui sont en mesure de satisfaire à cette demande, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) peut fournir une liste des organismes d'alimentation aux É.-U. et au Canada, qui représentent des sociétés de transformation des aliments. Ces organismes possèdent les nouvelles spécifications relatives à l'emballage.

Les imprimeurs canadiens devraient ensuite communiquer avec ces organismes afin d'obtenir les noms des entreprises-membres visées par les règlements ou de déterminer comment elles abordent la question.

Pour obtenir une liste des associations, communiquer avec M. Ted Weinstein, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 991-9479.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

VENEZUELA

Voir supplément pages 5 à 8

Pétrole

(suite de la première page)

chargée de la région nord; Parsons est chargée des régions sud; et Lummus-Crest est chargée de maintenir la capacité de production. Ces entrepreneurs exécutent, eux-mêmes, un volume considérable des travaux. Toutefois, d'autres sociétés peuvent encore soumissionner bon nombre des contrats d'ARAMCO.

Récemment, Vela International Marine Ltd., une filiale d'ARAMCO, a commandé trois navires-citernes du type très grand transporteur de brut au AP Moller Group danois; ces navires seront livrés en 1994 et 1995. Cela fait partie de la stratégie d'entreprise d'ARAMCO, qui consiste à réaliser l'intégration verticale entière, de la tête de puits à la pompe. Dans le cadre de cette stratégie, ARAMCO a conclu des accords de raffinage à l'étranger avec des entreprises coréennes. ARAMCO détient la moitié des actions dans les firmes de raffinage et de marketing de Texaco sur la côte est d'Amérique du Nord. Elle négocie des accords semblables avec des entreprises européennes et japonaises.

Dans le Royaume, le secteur pétrochimique croît aussi rapidement. La société d'État Saudi Arabian Basic Industries Corporation (SABIC), avec l'aide de partenaires étrangers, a développé une industrie chimique moderne dans la ville industrielle de Jubail, dans

la province de l'Est.

Des quantités considérables de plastiques, d'aliments pour animaux, d'engrais, de gaz industriels et d'autres produits pétrochimiques sont produites.

SABIC compte mettre en oeuvre un programme d'expansion de la production valant environ 2 milliards de dollars (US). Par exemple, dans le cadre d'une entreprise conjointe entre SABIC et la Taiwan Fertilizer Company, on

«De nombreuses possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes qui pourraient participer à l'essor économique dans la province de l'Est.»

envisage d'exécuter un projet de 350 millions de dollars (US) à Jubail pour produire du diméthyl d'hexanol. Un projet de 153 millions de dollars (US) est en cours d'exécution; il permettra d'augmenter la production de polyéthylène dans l'usine de la société Eastern Petrochemicals Co., à Jubail.

De nombreuses possibilités s'offrent aux entreprises canadiennes qui pourraient participer à l'essor économique dans la province de l'Est. Le gouvernement saoudien et ARAMCO veulent

conclure des marchés avec un bassin accru de fournisseurs afin de ne plus dépendre excessivement d'un groupe central de grandes entreprises américaines d'ingénierie.

Dans la province de l'Est, plusieurs grandes entreprises commerciales qui possèdent de l'expérience dans les affaires avec ARAMCO désirent fortement conclure des accords d'entreprises conjointes avec des sociétés canadiennes. L'expansion de SABIC offre des débouchés aux entreprises canadiennes spécialisées dans la gestion des déchets et la technologie pétrochimique.

Pour tout autre renseignement, communiquer avec :

(Le bureau de Houston est chargé des achats pour l'hémisphère occidental.) ARAMCO Services Company, Vendor Liaison Unit, Purchasing and Traffic Department, 9009 West Loop South, Houston, Texas, USA 77096. Tél. : (713) 432-4406.

(Le bureau de Dhahran est chargé des achats pour le Moyen-Orient.)

Saudi Arabian Oil Company, Vendor Liaison Unit, Building 3124, Room 12, c/o MSB, Box 87, Dhahran 31311, Saudi Arabia. Tél. : 966-3-875-5820.

Stephen Wilson, délégué commercial, Ambassade du Canada, P.O. Box 94321, Riyadh 11693, Saudi Arabia. Tél. : 011-966-1-488-2288. Télécopieur : 011-966-1-488-0137.

Kapil Madan, délégué commercial adjoint, Direction de l'expansion du commerce au Moyen-Orient (GBTE), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 990-5984. Télécopieur : (613) 990-7431.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
René-François Désamoré

Rédacteur: Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise qui fabrique du matériel de traitement de l'air (filtres, séparateurs, ventilateurs), ainsi que du matériel de transport et de désulfuration désire établir une relation de coopération avec un partenaire étranger, y compris de la production conjointe et possiblement du transfert de technologie. Communiquer avec Stanislav Kazecky, directeur, Zavody na Vyrobu Vzdychotechnických Zariadení, 399 25 Milevsko, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 368) 81-2661. Télécopieur : (0042 368) 3570.

ARGENTINE — Une entreprise minière désire entrer en contact avec des investisseurs canadiens (environ 250 000 \$) intéressés à développer et à exploiter une mine de borax dans la région nord-est du pays. Communiquer avec Hugo V. Barros, Canteras Fray M. Esquiú, La Carrera, Fray Mamerto Esquiú, 4700 Catamarca, Argentina. Tél./Télécopieur : 54-833-25507.

KOWEIT — Une entreprise de publication, de publicité, d'aide pour l'obtention de visas, d'aide aux visiteurs, de location d'automobiles et de matériaux de construction est en mesure de représenter des sociétés canadiennes qui désirent faire des affaires sur les marchés du Koweït et du Golfe. S'adresser à Faisal Al Khadra, Al-Siyouf Al-Thahabiya, P.O. Box 472 Hawailli, Kuwait. Télécopieur : 2446623 Kuwait.

CUBA : Calendrier des manifestations commerciales en 1992-1993

L'ambassade du Canada à La Havane (Cuba) participera à un certain nombre de foires commerciales (énumérées ci-dessous) qui auront lieu sur cette île des Antilles en 1992-1993.

D'après les agents commerciaux de l'ambassade, la participation à de telles manifestations est extrêmement utile tant aux exportateurs actuels qu'éventuels; elle leur permet de se familiariser avec le marché, d'en évaluer le potentiel et de rencontrer des décideurs clés.

- **ALIMEXPO'92** — 16-21 septembre — Foire commerciale axée sur l'industrie de transformation des aliments (machines), l'utilisation de nouvelles sources d'énergie et l'industrie de l'emballage.
- **Foire internationale de La Havane** — 2-8 novembre 1992 —
- **La santé pour tous** — Avril 1993 — Foire commerciale spécialisée dans les fournitures et le matériel de soins médicaux et pour hôpitaux.
- **Quimindustria'93** — 11-14 mai — Exposition de matériel, de technologie,

de produits et de services destinés à l'industrie chimique.

- **Tecnotur'93** — 19-25 mai — Foire commerciale internationale de technologie, de conception de projets, de produits et de matériel destinés à l'industrie hôtelière et touristique.

- **Foire commerciale de matériel usagé** — 22-26 juin 1993.

Ces foires commerciales couvrent les produits, le matériel et les services considérés prioritaires dans les programmes d'importation de Cuba, et elles attirent des acheteurs qui profitent de la présence de fournisseurs étrangers pour négocier des contrats.

Les exportateurs qui désirent obtenir d'autres renseignements sur ces foires, sur les coûts de la participation ou sur des possibilités particulières d'exportation à Cuba doivent communiquer avec le service commercial, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa K1N 8T7. Tél. : (011-53-7) 33-2516/17/27. Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Télex : (Code de destination : 28) 51-1586.

Contrats décrochés

CAE Electronics, à Toronto, a obtenu un contrat de 8 millions de dollars attribué par l'Electric Supply Board (ESB) de Dublin (République d'Irlande) pour mettre au point et fabriquer des simulateurs pleine envergure de centrales électriques alimentées au combustible fossile. CAE Electronics est la seule société qui a fabriqué des simulateurs pleine envergure de centrales électriques destinés aux trois types de réacteurs couramment utilisés en Amérique du Nord.

Les entreprises SHL Systemhouse Inc. (dont le siège social est à Ottawa) ont décroché des contrats d'une valeur totale de 15 millions de dollars pour mettre au point, construire et mettre en service un système de visualisation des docu-

ments (6 millions de dollars) à l'intention d'un organisme des Nations Unies; pour mettre au point, développer et mettre en service un système informatisé de gestion de la construction (6,3 millions de dollars) destiné à l'Ohio Department of Transportation; et pour fournir des services d'informatique et d'impartition (2,7 millions de dollars) au District of Columbia Department of Human Services.

Lovat Tunnel Equipment Inc., à Etobicoke, a reçu une commande pour mettre au point et fabriquer une foreuse blindée (7,4 m) de tunnel dans la roche dure, qui servira à creuser des tunnels doubles pour le métro de Paris.

Le chèque est dans le courrier en provenance des É.-U.

Par Bob Corson qui est un spécialiste dans le recouvrement des dettes commerciales sur la scène internationale. Il travaille avec la firme Milliken & Michaels au Delaware.

Avec l'accroissement des possibilités d'exporter aux États-Unis, les sociétés canadiennes courent de plus en plus le risque d'éprouver des problèmes de recouvrement des créances. Les propriétaires d'entreprises et les administrateurs de crédit sont couramment obligés de prendre des décisions fondées sur des antécédents mal connus en matière de crédit. Dans de nombreux organismes, les décisions ayant trait au crédit sont prises ou influencées par le service des ventes, ce qui rend les pertes plus probables. Voici quelques suggestions qui vous permettront d'éviter des problèmes de recouvrement.

INDICES AVANCÉS

- Le client présente un rapport de solvabilité marginal
- Il enfreint les conditions, évite le contact, enfreint la première promesse, trouve que le produit ou service est défectueux

MESURES I

- Documents relatifs à la fraction non amortie du coût en capital, garanties personnelles, garanties d'entreprise
 - Lettre de réclamation de 10 jours
- Recherche sur l'actif et le passif

DRAPEAU ROUGE

- Le client ignore la lettre de réclamation finale de 10 jours, enfreint la deuxième promesse, ignore le troisième appel téléphonique, refuse de signer une garantie personnelle, refuse de payer au moment de la livraison

MESURES II

- Réclamer le recouvrement

DÉSASTRE

- Le client débranche les téléphones, retourne le courrier, refuse le courrier certifié, fraude, liquidation bancaire, débiteur sans adresse

MESURES III

- Amorcer un dépistage des débiteurs
- Envisager le litige

PRÉVENTION

Le meilleur moment pour s'assurer un taux de recouvrement exceptionnel, c'est avant d'accorder du crédit à un client éventuel. Un conflit potentiel existe : autant de ventes possibles à autant de clients que possible tout en vous protégeant des pertes sur créance. Cela entraîne des objectifs contradictoires entre le crédit de votre entreprise et le service des ventes.

Outre les contrats standard, les ententes, les garanties personnelles, les bons de commande et d'autres documents particuliers à votre industrie, afin d'empêcher ces pertes éventuelles, il est important qu'une demande de crédit soit remplie et qu'un rapport de solvabilité soit établi par un service d'évaluation du crédit, avant la vente. De nombreuses maisons de crédit et de recouvrement garantissent leurs rapports et effectuent le recouvrement gratuitement relativement aux sociétés auxquelles elles vous recommandent d'accorder du crédit.

CONNAÎTRE LES INDICES D'AVERTISSEMENT VITAEUX

Tout comme le fait de connaître les signes précurseurs d'un ouragan peut vous permettre de protéger votre maison, le fait de connaître les indices des problèmes de crédit et de recouvrement de créances peut vous permettre de protéger votre entreprise.

NE RISQUEZ PAS LES PROFITS DE VOTRE ENTREPRISE!

Lorsqu'un client éprouve des difficultés, vous ou votre agence de recouvrement devez déterminer le plus tôt possible la nature exacte du problème. S'agit-il d'une période de difficultés financières provisoires ou est-ce la faillite de votre client? Ce dernier est-il incapable de payer ou refuse-t-il de payer? Selon les réponses, vous pouvez prendre les mesures appropriées en vue de recouvrer vos fonds et de

conserver le client. Les agences de recouvrement des dettes, qui emploient du personnel d'enquête sur le terrain, peuvent vous aider à obtenir cette information en effectuant des évaluations et en engageant des discussions avec les décideurs, sur les lieux. Le litige devrait être considéré comme l'outil de recouvrement de dernier recours. En séparant ceux qui refusent de payer et ceux qui sont incapables de payer, vous minimiserez l'utilisation du litige. Votre service de recouvrement des dettes devrait être en mesure d'effectuer une recherche globale sur l'actif et le passif afin de vous aider à déterminer s'il faut avoir recours au litige.

À cause du climat commercial dans le monde d'aujourd'hui, une entreprise peut être comme un navire dans une tempête, se débattant dans une mer de faillites. Le fait de connaître les indices d'un désastre potentiel et de prendre les mesures appropriées peut vous aider à remettre votre entreprise sur la bonne voie sans subir de dommages.

RESTITUTION ET RECOUVREMENT

Le véritable coût des radiations est la perte des profits futurs provenant du client. Chaque mois qu'un client est en suspens de crédit est un mois où vos portes sont fermées à un client établi. En outre, bon nombre de vos clients réguliers refusent de passer d'autres commandes à cause de leurs soldes en souffrance auprès de votre entreprise.

La procédure servant à acquérir le client de nouveau doit être suivie rapidement et professionnellement pour permettre à votre personnel de vente de revendre dans le cadre de nouvelles lignes directrices. Le fait de compter sur des appels téléphoniques ou des lettres de relance est susceptible de prolonger le problème et de pousser le client à s'approvisionner chez les concurrents.

*Des débouchés dans plusieurs domaines***Le Venezuela est prêt à faire affaire avec le Canada**

L'agitation sociale et politique qui a sévi plus tôt cette année a peut-être incité les exportateurs canadiens à ne pas envisager de conclure des ententes commerciales avec le Venezuela. Ces inquiétudes ne sont pas fondées. En fait, les affaires suivent leur cours et il existe de nombreux débouchés commerciaux pour les exportateurs canadiens. Le Venezuela a été et est toujours l'une des plus importantes destinations des exportations canadiennes sur le marché de l'Amérique latine et des Antilles.

Après le Mexique et le Brésil, le Venezuela est le plus important partenaire commercial du Canada dans cette

région et, en 1991, le total du commerce bilatéral s'est élevé à 782 millions de dollars. En 1991, la balance commerciale était favorable au Venezuela, mais avec la nouvelle libéralisation des importations et les règlements relatifs à la privatisation que le gouvernement vénézuélien ne cesse d'adopter, les exportateurs canadiens auront un meilleur accès à ce marché.

Historiquement, les produits que le Canada exporte vers le Venezuela sont le blé, le papier journal, la pâte de bois, les véhicules automobiles et les pièces de véhicules automobiles, ainsi que les turbines à gaz et leurs pièces. Il existe cependant d'autres domaines qui offrent des débouchés prometteurs (voir *Secteurs qui offrent des débouchés p. 6*).

En 1991, les exportations de ces articles seulement se sont élevées à 222 millions de dollars. Parallèlement, les exportations de produits manufacturés au Canada — reliés en particulier aux transports et à l'environnement — ont augmenté de façon notable.

À ce propos, le Canada et le Venezuela ont établi des rapports spéciaux et importants dans des projets ayant trait à l'environnement. Depuis 1988, la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a fourni un financement global de 130 millions de dollars pour des projets relatifs à l'irrigation, au traitement de l'eau et des eaux usées au Venezuela. En outre, des entreprises canadiennes sont en train de préparer des projets supplémentaires dont la valeur globale s'élève à 350 millions de dollars, la valeur de presque 30 % de tous les projets actuellement en voie de négociation par des entreprises canadiennes dans ce pays.

Le ministère de l'environnement du Venezuela a déjà déterminé et analysé les besoins du pays en matière de concentrations urbaines, de préservation et d'assainissement des eaux intérieures et côtières, d'exploitation des forêts et d'autres ressources naturelles, de trans-

port intermodal ainsi que de parcs et de réserves touristiques.

Entre autres changements, le gouver-

Séminaires sur le pétrole et le gaz

Bariven, la centrale d'achat de Petroleos (PDVSA) de Venezuela, une compagnie pétrolière de l'envergure de Exxon Corporation, présentera des ateliers à Calgary, le 15 juin à Toronto, le 18 juin et à Montréal, le 19 juin. Pour participer, communiquez avec la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Ottawa. Tél.: (613) 992-0384. Télécopieur: (613) 943-8806.

nement du Venezuela, conformément à la plus récente entente sur les tarifs douaniers et le commerce du Pacte andin — et avant son entrée en vigueur — a réduit, à partir du 23 mars 1992, les tarifs douaniers sur certains produits en fonction de leur catégorie de valeur ajoutée.

Parmi ces produits on retrouve les matériaux bruts (maximum 5 p. 100), les produits intermédiaires (10 ou 15 p. 100) et les produits finis (maximum 20 p. 100). En outre, tous les permis d'importation ont été abolis. Cette décision peut être interprétée comme un signe de l'engagement du gouvernement à maintenir sa politique commerciale libérale et non protectionniste.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec François Laberge, Direction du commerce dans les Antilles et en Amérique Latine (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 943-8807. Télécopieur: (613) 943-8806.

STATISTIQUES SUR LES EXPORTATIONS-IMPORTATIONS CANADA-VENEZUELA (en milliers de \$CAN)	
EXPORTATIONS AU VENEZUELA	
Blé	93775
Papier journal	49258
Pâte de bois	24259
Pièces de véhicules automobiles	21335
Camions et véhicules de construction (bulldozers, etc.)	19159
Pièces de turbines à gaz	14572
Interrupteurs	
Pois, fèves et lentilles	8849
Produits de papier	7293
Pommes de terre	6428
Produits du fer ou de l'acier	4078
Somme partielle	249006
Autres	51001
Total des exportations	300007
IMPORTATIONS DU VENEZUELA	
Pétrole	446629
Réservoirs et citernes	14876
Aluminium et produits de l'aluminium	5071
Pièces de véhicules automobiles	3878
Mélanges hydrocarbonés (asphalte naturelle)	3292
Disjoncteurs	1580
Carreaux et appareils de céramique	1368
Fruits et café	969
Produits du fer ou de l'acier	300
Somme partielle	477963
Autres	3598
Total des importations	481561

Secteurs qui offrent des débouchés identifiés

Agro-alimentaire

Les possibilités accusent une hausse considérable depuis que le Venezuela s'est joint à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), en 1990, et depuis l'ouverture de son marché de l'importation.

Par ailleurs, un programme de coopération entre les institutions, auxquels participent Agriculture Canada et le ministère vénézuélien de l'agriculture, aidera à promouvoir la technologie canadienne reliée à ce secteur.

Technologie de l'information et produits électroniques

La demande de matériel et de services de télécommunications de haute technologie s'accroîtra à cause de la privatisation de la société locale de téléphone. Il sera également nécessaire d'investir pour améliorer la qualité des services, ce qui résultera aussi en une augmentation de la demande de services d'information spécialisés et de matériel connexe.

Produits et services pétroliers et gaziers

Le Venezuela a mis sur pied un programme visant à augmenter considérablement sa production pétrolière et gazière. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre un financement à l'égard des achats de produits et services canadiens par la société pétrolière d'État. En outre, un projet proactif de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) aidera à faciliter le transfert de la technologie et les entreprises conjointes propres à ce secteur.

Mines, métaux et minéraux : produits et services

Des modifications apportées récemment au code minier et à la fiscalité touchant l'exploitation des ressources minérales marquent l'avènement d'une nouvelle ère au Venezuela, et devraient stimuler une croissance significative de l'industrie minière. La demande

d'équipement et de services connexes devrait augmenter en conséquence, ce qui constituera des débouchés notables pour les fournisseurs canadiens.

Matériel et services reliés à l'environnement

L'environnement est l'une des priorités importantes du gouvernement vénézuélien. Ce dernier négocie ac-

tuellement plusieurs emprunts auprès d'institutions financières internationales (IFI). Le ministère de l'environnement du Venezuela connaît bien les compétences du Canada dans ce secteur et a déjà négocié plusieurs contrats, comprenant un financement de la SEE, avec des fournisseurs canadiens. Il existe des débouchés pour les services et l'équipement.

— Renseignements par secteur —

Assurances et financement

Service du Mexique et de l'Amérique du Sud, Société pour l'expansion des exportations (SEE), 151, rue O'Connor, Ottawa K1P 5T9. Tél. : (613) 598-2500. Télécopieur : (613) 598-2504.

Coopération industrielle

Direction de la coopération industrielle, Bureau des Amériques, Agence canadienne de développement international (ACDI INC.), 200, promenade du Portage, Hull (Québec) K1A 0G4. Tél. : (819) 997-0548. Télécopieur : (819) 953-5024.

Économie, commerce et investissements

Section commerciale, ambassade du Canada, Edificio Torre Europa, 7^e étage, Avenida Francisco de Miranda, Campo Alegre, Caracas 1060A. Venezuela. Tél. : (011-58-2) 951-6166. Télécopieur : (011-58-2) 951-4950.

Délégué commercial, Antilles et Venezuela, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 943-8807. Télécopieur : (613) 943-8806.

Perspectives encourageantes

L'accroissement de la demande locale, intérieure et industrielle, et l'ouverture continue de l'économie produisent des débouchés pour les exportateurs canadiens de produits et de services.

Les exportations traditionnelles dans le secteur agricole conserveront leur caractère concurrentiel. De nouveaux débouchés devraient apparaître pour les exportations de produits agro-alimentaires, étant donné que les Vénézuéliens recouvrent en partie leur puissance d'achat perdue.

L'équipement pétrolier, gazier et pétrochimique et les services connexes

peuvent profiter de l'augmentation de l'activité dans ces secteurs très importants.

Les ventes d'équipement minier, de pièces d'automobile et de systèmes de technologie de pointe connaîtront elles aussi de grands débouchés. L'intérêt continu dans l'hydrologie, ainsi que les autres programmes écologiques feront en sorte que les services dans ce domaine deviendront une priorité.

Les possibilités toujours croissantes d'entreprises conjointes dans l'un ou l'autre des secteurs susmentionnés devraient être encouragées.

Projets de promotion 1992-1993

Missions à l'étranger :

- Mission relative aux produits et services de logiciels au Venezuela (Chili et Colombie) — septembre 1992.
- Mission relative à l'équipement et aux services de pâtes et papiers au Venezuela — novembre 1992.
- Mission relative à l'équipement du secteur des plastiques au Venezuela (Brésil, Argentine) — janvier 1993.

Missions de l'étranger au Canada:

- PDVSA-Bariven acheteurs d'équipement et de matériaux pétroliers — juin 1992. Visite au National Petroleum Show et participation à des séminaires à Calgary, Toronto et Montréal.
- Royal Agricultural Winter Fair, Toronto et (ou) Canadian Western Agribition, Regina — novembre 1992.

Salons commerciaux au Venezuela :

- Ferre '92 Salon commercial de quincaillerie — août 1992 — Caracas.
- Foire agricole Barquisimeto et Inforven '92 télécommunications et informatique — Caracas — septembre 1992.
- Foire régionale des produits agro-alimentaires de Merida — janvier 1993.
- Exposition d'aliments préparés canadiens et festival culinaire (coincide avec la foire commerciale canadienne en solo) — Caracas — janvier 1993.

Séminaires spécialisés (Caracas, juin 1992)

- Investir dans l'exploitation des mines d'or au Venezuela
- Gestion du spectre
- Légumineuses
- Entreprises de protection de l'environnement
- Normes phytosanitaires canadiennes (pour les exportateurs vénézuéliens).

— DONNÉES SUR LE VENEZUELA —

Données de base

Superficie :
916 445 km²

Population (1990) :
19,8 millions d'habitants

Langue :
espagnol (les gens d'affaires comprennent et parlent généralement l'anglais)

Structure politique :
république fédérale, 20 États, deux territoires fédéraux, un district fédéral

Principales villes et leur population :

- Caracas, 4 millions d'habitants
- Maracaibo, 1,3 million d'habitants
- Valencia, 1,2 million d'habitants
- Maracay, 900 000 habitants
- Barquisimeto, 696 000 habitants
- Ciudad Guyana, 491 000 habitants

Économie

PIB par habitant (1991) :
2700 \$US

Taux de croissance économique (1991) :
9,2 %

Inflation:
30 à 35 %

Monnaie :
bolivar (BOLV)

Commerce extérieur (1991) :
26,5 milliards de \$US

Total des exportations (\$ US) :
16,5 milliards

Total des importations (\$ US) :
10,5 milliards

Principaux marchés (1990) :
É.-U., 52,0 %; Allemagne, 5,1 %; Cuba, 3,4 %; Japon, 3,2 %; Canada, 2,9 %.

Principaux fournisseurs (1990) :
É.-U., 46,1 %; Allemagne, 9,3 %; Italie, 4,8 %; Brésil, 4,1 %; Japon, 3,9 %; Canada 2,9 %.

Commerce avec le Canada (1991)

Exportations vers le Venezuela :
300 millions de dollars (230,1 millions de dollars en 1990).

Importations du Venezuela :
481,6 millions de dollars (561,9 millions de dollars en 1990).

Principaux produits canadiens exportés au Venezuela (1991) :
blé, papier journal, pâte de bois, pièces de véhicules automobiles, camions et véhicules de construction, pièces de turbines à gaz.

Principaux produits vénézuéliens importés au Canada (1991) :
pétrole, réservoirs et citernes, aluminium et produits de l'aluminium, pièces de véhicules automobiles, mélanges hydrocarbonés, interrupteurs et disjoncteurs.

Investissements canadiens directs (1991) :
400 millions de dollars (y compris les investissements de portefeuille).

Visiteurs canadiens au Venezuela (1991) :
172 000

Visiteurs vénézuéliens au Canada (1991) :
11 000

*Coopération industrielle, transferts de technologie***Les activités de l'ACDI au Venezuela**

Un programme de coopération industrielle Canada-Venezuela a été mis sur pied en 1987 par l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Depuis, l'ACDI a parrainé plus de 30 différentes initiatives du secteur privé canadien d'une valeur estimative de 6,5 millions de dollars.

Les secteurs ou les sous-secteurs, où la participation canadienne est déjà en cours ou à l'étape de projet, sont les suivants :

- amélioration des fermes laitières
- systèmes d'eau potable et d'eaux usées
- acquisitions pour des projets environnementaux
- entreprises conjointes de services

- pétroliers et gaziers
- extraction et traitement de l'huile lourde
- gestion des forêts
- transport ferroviaire
- transport intermodal
- entreprises industrielles conjointes
- systèmes d'information géographique
- gestion de l'hygiène
- production de jus de fruits

- irrigation
- protection des côtes
- récupération du pétrole
- technologie de l'aluminium
- fabrication de la colle
- diagraphie de puits
- transport fluvial
- pâtes et papiers
- abattoirs
- gestion du spectre

Études de marché sur le Venezuela

Vous pouvez maintenant vous procurer les études de marché et les profils de secteurs vénézuéliens suivants auprès d'Info Export (voir la case au bas de la page 12 pour commander):

- *1991 Agricultural Sector Report et 1992 Forecast and Trade Opportunities*
- *Venezuelan Sector Profile: Imported Exotic Edible Fresh Fruits for Human Consumption* (juillet 1991)
- *Margarita (Island) Food Market Research* (septembre 1991)
- *Venezuelan Sector Profile: Imported Processed and Non-processed Food Goods for Human Consumption* (1991)
- *The Venezuelan Oil Industry: An*

Overview (décembre 1991)

- *Venezuela: Automotive Parts and Accessories* (septembre 1991)
- *Venezuela: the Aluminum Industry Outlook* (1991)
- *Venezuela Gold Industry Report* (1992)

Parmi les autres études et rapports à différents stades de préparation, on trouve :

Venezuela : Réforme du secteur financier; Guidelines for Canadian Fish Exporters; Venezuela : Marché du papier journal; Venezuela : Le marché de l'amiante; Wheat and Oil Seed Survey et Petrochemical Industry Report.

La Zone du Canal de Panama s'ouvre à des propositions lucratives

Avec la prise de contrôle par le gouvernement de Panama de la Zone du Canal de Panama, en 1997, le pays héritera d'une infrastructure considérable (surtout des bâtiments) et des propriétés, dont l'utilisation est maintenant à l'étude.

Ce que le gouvernement décidera d'entreprendre pourrait offrir des débouchés à quelques sociétés canadiennes.

Les installations comprennent des immeubles de bureaux, des maisons, des écoles, des terrains de jeu, des routes, ainsi qu'un réseau moderne de télécommunications qui relie ce secteur situé stratégiquement au reste du monde.

Le gouvernement du Panama a proposé un certain nombre de façons d'utiliser les immeubles et les propriétés : des installations de recherche scientifique spécialisée, un centre pédagogique, un centre manufacturier léger ou une base d'organismes interna-

tionaux. Il envisage aussi de diviser les installations et de les utiliser à des fins différentes ou de les privatiser d'une manière profitable au gouvernement.

Les entreprises canadiennes qui connaissent bien l'emplacement stratégique de la région, son accès facile à l'Amérique latine ainsi qu'aux services d'expédition et de transport aérien pourraient envisager de communiquer avec le gouvernement du Panama afin de lui indi-

quer comment il pourrait utiliser les installations et comment il pourrait les transformer en un centre lucratif d'activité commerciale.

Ces sociétés peuvent communiquer directement avec Julio E. Linares, Minister of Foreign Affairs, P.O. Box PAN 4, Panama City, Panama. Tél.: 270013/274025. Télécopieur: 507-273170.

Réduction des droits de douane sur le papier d'imprimerie en Argentine

En Argentine, les droits de douane sur l'importation de papier destiné à l'impression de livres, de revues et de journaux sont passés de 22 à 5 %.

Un marché de l'agro-alimentaire existe dans l'ANASE

En 1989, les importations de produits agro-alimentaires des pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Suds-Est (ANASE) ont atteint 10 milliards de dollars américains, les produits d'origine canadienne comptant pour 191 millions. Par conséquent, ces pays offrent de nombreux débouchés aux exportateurs canadiens dans le domaine agro-alimentaire.

L'ANASE comprend six pays (Thaïlande, Malaisie, Indonésie, Singapour, Philippines et Brunéi) dont le nombre total d'habitants atteint 321 millions. Cela représente un marché qui devient rapidement de plus en plus important pour les Canadiens.

Le rapport intitulé *Région de l'ANASE - Débouchés commerciaux agro-alimentaires* donne un aperçu de chacun des pays et des principales exportations canadiennes vers ces pays, met en évidence les débouchés clés dans chacun d'eux et décrit leurs relations commerciales avec le Canada.

Présentée sous un format commode de quatre pages, la brochure, assortie de graphiques, décrit aussi huit segments du domaine agro-alimentaire qui offrent les débouchés les plus importants aux exportateurs canadiens. Ce sont les suivants :

- la génétique des bovins laitiers;
- la viande (boeuf, porc, dinde, et viandes «HALAL» c.-à-d. qui peuvent être consommées par les musulmans dans certains pays) et les aliments transformés (huile de colza canola, produits laitiers, produits de boulangerie et de confiserie, jus de fruits, fruits et légumes congelés, et aliments cuisinés);
- les aliments pour animaux (tourteaux de colza canola, produits à base d'alfalfa, ingrédients pour fourrages, concentrés et suppléments);
- la génétique de cochon (les possibilités d'exportation de cochons de reproduction semblent être excellentes);
- la génétique des bovins;
- les céréales;
- l'amélioration génétique des dindes (demande accrue imputable au tourisme,

aux hôtels et aux restaurants); et

- la technologie de production, de transformation, d'entreposage et la biotechnologie (des pays recherchent le dernier cri de la technique relativement au matériel de transformation de la viande, de l'ingénierie génétique, des vaccins, de la lyophilisation et de l'entreposage frigorifique, etc.).

On peut se procurer des exemplaires du rapport de marché auprès de Murray Gwyer, Direction des programmes internationaux, Direction générale du développement agro-alimentaire, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

Une étude sur le marché agro-alimentaire au Mexique

La publication intitulée *Mexique - Marché d'exportation agro-alimentaire* (134LF) contient une analyse concise et un bref aperçu du marché agro-alimentaire dans ce pays.

Publié en décembre 1991 par la Direction des programmes internationaux d'Agriculture Canada, le rapport fournit un profil de l'agriculture au Mexique, traite des négociations sur le libre-échange nord-américain, énumère des personnes-ressources au Canada et au Mexique, et donne en détail les possibilités d'exportation actuelles ou futures vers le Mexique.

Le rapport énumère les diverses raisons pour lesquelles le Mexique offre aux entreprises canadiennes des «débouchés commerciaux importants». Il mentionne également les «contraintes principales» à surmonter.

Le rapport décrit et évalue les possibilités d'exportation en ce qui a trait aux 10 produits suivants :

- les produits laitiers (surtout le lait écrémé en poudre);
- les viandes (y compris le porc et le boeuf);
- les céréales et les oléagineux (surtout le colza canola);
- la génétique des animaux (cochons, bovins et bovins laitiers);
- les légumineuses (y compris les haricots colorés, les lentilles et les pois);
- les pommes de terre de semence; et
- les aliments transformés et les boissons.

Chacun de ces secteurs de produits est traité de façon concise, selon la croissance et la taille du marché, les débouchés pour le Canada, l'analyse de la concurrence, les contraintes et les activités possibles (ou les suggestions visant à accroître les débouchés du Canada dans un pays dont les importations agricoles atteignent un total d'environ 3,8 milliards de dollars (US) par an).

Il est possible d'obtenir un exemplaire du rapport, en indiquant le numéro de code, auprès d'Info Export. (Voir l'encadré au bas de la page 12.)

Lignes de crédit de 75 millions pour la Thaïlande

Les exportateurs canadiens et leurs acheteurs en Thaïlande peuvent maintenant bénéficier de lignes de crédit totalisant 75 millions de dollars consenties par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) à la Krung Thai Bank Limited, la Siam Commercial Bank et la Thai Farmers Bank, toutes trois de Bangkok.

Des exportateurs canadiens oeuvrent actuellement dans ce pays dans des secteurs d'activité très diversifiés, tels que le développement immobilier commercial et les communications.

Pour plus de renseignements, communiquer avec le bureau de la SEE le plus près de chez vous.

Foire commerciale d'informatique au Brésil

Sao Paulo — Une foire commerciale, qui aura lieu en septembre et pour laquelle le recrutement est en cours, fournit aux fabricants de matériel et de logiciels informatiques ainsi que de matériel de communications une excellente possibilité d'aborder le marché brésilien.

Comdex Sucesu'92 (anciennement Informatica), l'exposition principale d'informatique et de télécommunications en Amérique du Sud, se tiendra à Sao Paulo du 14 au 18 septembre. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada participera avec un pavillon national. Selon les organisateurs, les changements apportés aux politiques du gouvernement brésilien par rapport à l'importation de matériel et de services de technologie de pointe, ainsi que l'épuisement des réserves de ces produits sur le marché, offrent aux exportateurs canadiens des possibilités accrues dans ce secteur.

Les sociétés qui désirent participer à Comdex Sucesu'92 doivent communiquer avec Jon Dundon, Foires et Missions, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT),

AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les questions sur le commerce avec le

Brésil devraient être adressées à Sven Blake, chargé de dossier - Brésil. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

Foire de bureautique en Allemagne

Cologne — Des entreprises canadiennes sont invitées à participer à un pavillon central parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) à ORGATEC'92, qui se tiendra du 22 au 27 octobre à Cologne (Allemagne).

Cette International Office Trade Fair (foire commerciale internationale de bureautique) présente une gamme complète de besoins dans le domaine de la bureautique, notamment des systèmes d'information et de communication, de la technologie de bureau, du matériel et des logiciels, des accessoires, des meubles et de l'équipement de bureau.

Le dernier salon, qui a eu lieu en 1990, a attiré plus de 2 100 exposants venus de 30 pays, y compris un grand groupe de participants du Canada. En tout, plus de

200 000 visiteurs professionnels venus de 85 pays visité la foire.

Les pavillons centraux sont des stands où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés de stands de sociétés individuelles qui participent à leur propre compte ou dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Pour d'autres renseignements, joindre le représentant canadien de l'organisateur du salon, M^{me} Edel Wichmann, Cologne International Trade Shows, Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce Inc., 480, avenue University, bureau 1410, Toronto M5G 1V2. Tél. : (416) 598-3343. Télécopieur : (416) 598-1840.

L'inscription en cours au Toronto Catalogue Show

Toronto — Un salon international de débouchés commerciaux, qui représente, pour une entreprise, le moyen le plus rentable au Canada de faire connaître ses produits et services à l'aide de catalogues, se tiendra le 1^{er} octobre 1992 à Toronto.

World Trade'92, qui coïncide avec le Mois canadien de l'exportation, attire 100 exposants et environ 2 500 participants — surtout des fabricants, des représentants de fabricants, des exportateurs, des réexportateurs, des distributeurs et des importateurs, des transitaires, des représentants de banques et de gouvernements.

L'année dernière, lorsque cette manifestation a eu lieu pour la première fois, outre les catalogues exposés par le Canada, il y avait de la documentation exposée par des pays tels que le Mexi-

que, la Tchécoslovaquie, la Corée, Hong Kong, la Roumanie, l'Italie, la Thaïlande, la Suède, la Hongrie et la Yougoslavie, ainsi que par un certain nombre d'États américains.

D'une part, le salon convient en particulier aux fabricants canadiens qui veulent exporter leurs produits ou recherchent des représentants à l'étranger. D'autre part, il sert aux entreprises étrangères qui recherchent des distributeurs ou des représentants au Canada.

Les sociétés intéressées peuvent s'inscrire maintenant en communiquant avec l'organisateur de World Trade '92: Sydney King, président, Canadian International Trade Association, C.P. 38, Centre mondial du commerce, 60, rue Harbour, Toronto M5J 1B7. Tél. : (416) 651-2220. Télécopieur : (416) 651-2519.

Foire des soins médicaux informatisés

Baltimore — Le Bureau de l'expansion du commerce et de l'investissement de l'ambassade du Canada à Washington (DC) recherche des entreprises afin d'utiliser les six espaces de 100 pieds² qu'il a réservés au Computer Applications in Medical Care Trade Show (foire commerciale des applications de l'informatique dans le domaine des soins médicaux), qui se tiendra du 9 au 11 novembre 1992, à Baltimore.

Parrainée par l'American Medical Informatics Association, la manifestation devrait attirer quelque 2 500 visiteurs commerciaux.

Les entreprises intéressées doivent communiquer avec M.M. Ellenbogen, Ambassade du Canada, 501 Pennsylvania Avenue N.W., Washington, DC 20001. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7619.

Salon international de l'alimentation en Italie

Milan — Le salon aura lieu dans six mois, mais les organisateurs recrutent déjà des entreprises pour la participation à une foire commerciale qui pourrait permettre d'accéder à un marché dont la valeur dépasse 30 milliards \$.

Expo Food'92, qui se tiendra du 6 au 10 novembre à Milan (Italie), est un salon international de l'alimentation auquel le Canada participera pour la deuxième fois.

Le salon est l'une des foires commerciales internationales spécialisées de l'alimentation les plus grandes au monde. On prévoit que plus de 3 000 exposants participeront cette année.

En outre, on s'attend à ce que la manifestation attire plus de 200 000 visiteurs commerciaux (environ 80 % viendront de la Communauté européenne, 10 % de l'Amérique latine, 5 % des pays arabes, et 5 % d'autres pays).

Les porte-parole de l'industrie disent que l'Italie est un « très grand marché » de produits alimentaires importés, les achats annuels effectués auprès de fournisseurs étrangers dépassant actuellement 30 milliards \$.

C'est aussi un marché sur lequel les sociétés canadiennes ont prouvé qu'elles étaient compétitives — le Canada exporte annuellement à l'Italie des produits alimentaires d'une valeur de plus de 300 millions \$.

De plus, « de nombreuses possibilités d'augmentation des ventes de gammes de produits canadiens » existent, surtout en ce qui concerne les fruits de mer, les aliments cuisinés et les composantes de repas, les légumes congelés, les aliments naturels et diététiques, les haricots et les lentilles, le riz sauvage, les baies, l'eau minérale et le miel.

La participation à Expo Food'92 est organisée par Interexpo Canada Inc. en collaboration avec AECEC et le consulat général du Canada à Milan.

Communiquer avec D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Montréal. Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

Des changements en Australie profiteront au commerce canadien

Le plan de quatre ans annoncé récemment par l'Australie stimulera l'économie stagnante du pays avec une injection de 2,3 milliards de dollars au cours des 16 prochains mois.

Cette amélioration de la situation économique est de bon augure pour les exportateurs canadiens, surtout dans les secteurs clés tels que les pièces d'automobile, le papier journal, les matériaux de construction et les produits agricoles.

Mesures pertinentes

Les mesures qui influencent les possibilités d'exportation du Canada sont les suivantes :

- Une réduction de 5 % de la taxe de vente sur les automobiles, ce qui devrait

«Une économie australienne plus solide engendrera plus de publicité, ce qui augmentera la demande de papier journal canadien.»

augmenter les exportations de pièces d'automobile canadiennes;

- Un versement forfaitaire à 1,9 million de familles, qui injectera rapidement 300 millions de dollars supplémentaires dans l'économie et stimulera les dépenses des consommateurs;

- Une série de mesures monétaires, y compris la radiation des créances irrécouvrables des banques, la dépréciation accélérée, la déduction pour amortissement, les réductions de l'impôt sur le revenu et les mesures d'encouragement des investissements accordées aux petites entreprises, qui stimuleront les dépenses commerciales dans tous les domaines.

Une économie australienne plus solide engendrera plus de publicité, ce qui augmentera la demande de papier journal canadien. Le secteur local de la construction se redressera, et cela devrait augmenter la demande de produits de construction canadiens. En agricul-

ture, l'aide nécessaire devrait aider les exportateurs canadiens de matériel agricole. Toutes ces mesures immédiates et à court terme devraient avoir une influence positive sur la position du Canada.

Intensification de la concurrence

Bien que ces nouvelles soient positives, les conséquences des autres mesures visant à rendre l'Australie plus concurrentielle (particulièrement dans la région de l'Asie et du Pacifique) sont plus difficiles à évaluer pour ce qui est des intérêts canadiens.

Il est évident que l'économie australienne, à l'instar de celle du Canada, connaît des changements structurels qui lui permettront de s'adapter à l'économie mondiale. L'Australie a choisi de se rapprocher de la région de l'Asie et du Pacifique, et elle deviendra plus compétitive dans cette région.

Les entreprises canadiennes peuvent s'attendre à faire face à une concurrence plus acharnée de la part des sociétés australiennes sur ces marchés. L'Australie et le Canada effectuent simultanément la rationalisation de leur industrie. Actuellement, les deux pays ont des économies parallèles; ils se font souvent concurrence sur les mêmes marchés et vendent les mêmes produits (c.-à-d. les minerais et les produits agricoles).

Après les ajustements structurels, les deux économies deviendront probablement plus complémentaires et, en raison de la coopération accrue, des possibilités plus nombreuses d'entreprises conjointes entre l'Australie et le Canada sur des marchés tiers pourront se présenter.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur des questions relatives au commerce entre le Canada et l'Australie, communiquer avec B. Hood, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7652. Télécopieur : (613) 996-4309.

PUBLICATIONS

Construction

Les parties qui désirent établir des liens directs entre les entreprises canadiennes de construction qui s'intéressent au marché international de la construction et aux possibilités d'outre-mer, ou qui exercent déjà des activités sur ce marché, devraient trouver ce qu'elles recherchent dans le *Répertoire des exportateurs du secteur de la construction 1992*, produit par l'Association canadienne de la construction. On peut se le procurer auprès de celle-ci à l'adresse suivante : Association canadienne de la construction, 85, rue Albert, Ottawa K1P 6A4. Tél. : (613) 236-9455. Télécopieur : (613) 236-9526.

Transport - Guide de l'exportateur

The Exporter's Guide to Transportation (106 TF) a pour objet de répondre aux besoins des petits et gros exportateurs qui recherchent souvent des conseils sur le transport et sur des questions connexes telles que les aspects relatifs à la documentation sur l'exportation. Il est publié par la Direction des services de transports d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Bien qu'il décrive les options en matière de transport qui conviennent le mieux au produit (ou à la marchandise) devant être exporté, le guide met l'accent sur les modes de transport — route, chemin de fer, mer et air. Il traite aussi des modes de transport plurimodaux et des services fournis par les intermédiaires dans le secteur du transport (transitaires) ainsi que de sujets tels que la responsabilité relative au transport, les exemptions et la couverture, ainsi que l'assurance du fret.

Le sujet technique, c.-à-d. la préparation des produits avant de les expédier aux fins d'exportation, est traité à l'annexe I. L'annexe II énumère les publications de l'industrie et du gouvernement, les associations industrielles et les établissements professionnels pertinents, les ministères connexes ainsi que les centres du commerce international.

On peut se procurer des exemplaires du guide auprès d'InfoExport (voir l'encadré au bas de cette page).

Circuits imprimés aux Etats-Unis

Le consulat d'Atlanta vient de publier une étude de l'industrie des circuits imprimés du sud-est des Etats-Unis. Ce guide, qui s'adresse aux entreprises d'électronique, est disponible auprès de Steve A. Flamm, agent commercial, Consulat général du Canada, One CNN Center, Suite 400, S. Tower, Atlanta, GA 30303-2705. Tél.: (404) 577-6810; télécopieur: (404) 424-5046.

Ce qui se passe en Russie

Les entreprises canadiennes qui font des affaires avec l'ancienne Union soviétique peuvent se tenir au courant des faits nouveaux en s'abonnant aux *Russian Business Reports*, un bulletin hebdomadaire produit, à Moscou, par une équipe de nouvelles canado-russe. On peut se procurer ce bulletin partout en Amérique du Nord.

Ces rapports hebdomadaires fournissent des renseignements opportuns sur les importants faits nouveaux dans les domaines des affaires, de l'économie, du commerce et du droit. Ils contiennent également des résumés des nouvelles, des graphiques et des diagrammes qui mettent en évidence les tendan-

ces principales et les éléments spéciaux, tout en soulignant l'aspect pratique de faire des affaires dans le Commonwealth.

Pour tout renseignement, communiquer avec Kerry Irwin, East-West Information Consortium, 298, rue Seaton, Toronto M5A 2T7. Tél. : (416) 921-2840. Télécopieur : (416) 921-9873.

Au calendrier

Toronto - 17-18 juin — «Les débouchés en Allemagne et en Europe de l'Est : services et produits de construction» sera le sujet d'une mission de deux jours qui viendra d'Allemagne. Elle portera sur le secteur des services de construction (architecture, conception et négociation de contrats) et le secteur d'approvisionnement en matériaux de construction. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec l'Association des exportateurs canadiens, Ottawa. Tél. : (613) 238-8888. Télécopieur : (613) 563-9218.

St. John's - 23-25 juin - La 8th Annual Onshore-Offshore Petroleum Exhibition (8^e Exposition annuelle du pétrole exploité à terre et en mer) sera accessible au public, aux sociétés et aux visiteurs qui oeuvrent dans le domaine de l'exploration et du développement des réserves d'hydrocarbures au large de la côte est du Canada, ou qui s'intéressent à ce domaine. Pour tout renseignement sur l'exposition, prendre contact avec Atlantic Expositions Ltd. (Terre-Neuve). Tél. : (709) 651-3315. Télécopieur : (709) 256-4051.

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
 125, prom. Sussex
 Ottawa (Ontario)
 K1A 0G2

CANADEXPORT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

JUN 9 1992

RENTON TO DEPARTMENT OF
LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Vol. 10 N° 11

15 juin 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Les SCPAA permettent d'aider le commerce agro-alimentaire

Des stratégies globales de commercialisation sont élaborées et mises en oeuvre par les associations agro-alimentaires canadiennes pour mieux réagir à la compétitivité mondiale croissante de l'industrie agro-alimentaire.

Afin de s'assurer que l'industrie et le gouvernement orientent leurs ressources vers les activités les plus rentables pour le secteur, les ministères fédéraux ont amorcé un processus appelé *Stratégies* de commercialisation des produits agro-alimentaires (SCPAA).

Le rôle du gouvernement fédéral — fondé sur les conclusions de l'examen de la politique agro-alimentaire, qui soulignent que l'industrie doit prendre l'initiative des activités de développement de marché — est de faciliter l'accès aux marchés en association avec l'industrie, ce qui permet de combiner les ressources privées et publiques.

Grâce aux SCPAA, des associations représentant 18 secteurs de l'industrie agro-alimentaire se sont engagées à élaborer et à mettre en oeuvre des stratégies destinées à accroître leurs capacités à répondre aux débouchés commerciaux identifiés.

Les stratégies comprennent en général les éléments suivants :

- une prévision détaillée, couvrant une période de cinq ans, de la nature et de la qualité de la demande des marchés, ainsi que la justification des priorités choisies;
- une évaluation complète de la capacité du secteur à satisfaire à la demande prévue sur le plan de la production, de la capacité technolo-

Suite à la page 7 — La SCPAA

Le CRAM organise des missions en Amérique latine et dans les Antilles

Depuis sa création à Montréal en 1985, le Centre de ressources sur l'aide multilatérale (CRAM) aide gratuitement les entreprises canadiennes à tirer profit des importantes possibilités offertes par les projets de développement dans diverses régions du monde.

Cette aide multilatérale représente environ 35 milliards de dollars que fournissent chaque année à des pays en voie de développement les Institutions financières internationales (IFI), telles que la Banque mondiale et des organismes semblables.

Par son réseau d'information et sa vaste documentation, le CRAM fournit rapidement aux entreprises des renseignements complets sur les projets internationaux, les appels d'offres, le financement et les procédures d'attribution des contrats.

En plus d'organiser des colloques et des missions commerciales, le personnel du CRAM offre aux exportateurs canadiens les services suivants :

- évaluer le potentiel des projets;
- communiquer avec l'organisme chargé du projet dans le pays débiteur;
- rendre visite à l'organisme chargé du projet dans le pays débiteur;
- trouver un représentant dans le pays cible; et
- maintenir des liens étroits avec l'organisme chargé du projet.

Récemment, le Centre de commerce international de Montréal — dont le CRAM fait partie — a commencé à collaborer étroitement avec les ingénieurs-conseils du Québec en vue de

tirer parti des possibilités offertes par les projets des IFI et de mener des missions relatives à ces dernières en Amérique latine et dans les Antilles.

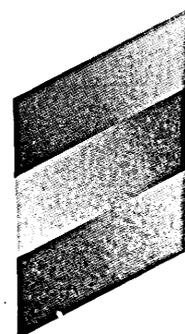
Voici le programme de missions proposé dans cette région, ainsi que les secteurs explorés :

- 21-29 août 1992 — Argentine, Chili — Transport, environnement, installations sanitaires, agriculture, santé, ports.
- Octobre et novembre 1992 — Colombie, Équateur. Santé, énergie, agriculture, transport, eau, égouts, urbanisme.
- Décembre 1992 et janvier 1993 — Brésil — Transport, environnement, installations sanitaires, agriculture, santé, ports.
- Février et mars 1993 — Nicaragua, Panama, El Salvador, Guatemala — eau, égouts, santé, agriculture, énergie, transport.

Pour tout renseignement sur ces missions ou sur la manière dont le CRAM peut aider les exportateurs canadiens, communiquer avec Irving Friedmann, Industrie, Sciences et Technologie Canada, bureau 3800, 800, place Victoria, C.P. 247, Montréal (Québec) H4Z 1E8. Tél. : (514) 283-8795. Télécopieur : (514) 283-8794.

DANS CE NUMÉRO

- Commandite dans les affaires 2
- Foires et missions
aux États-Unis 3-6
- Foires commerciales 7
- Débouchés et publications 8



Canada

La commandite des arts rapporte aux entreprises

Cet article a été préparé par Elizabeth Bihl, Artsfunding International, Ottawa.

L'idée selon laquelle une société établit un partenariat à titre de commanditaire avec un groupe culturel est encore un concept plutôt nouveau. Toutefois, récemment, les sociétés ont constaté que ces relations étaient très avantageuses. Dans les années 90, le marketing sur des marchés-cibles et la création de réseaux entre les entreprises se sont de plus en plus effectués au moyen de «parrainages par des entreprises».

Les entreprises constatent de plus en plus que le marketing de masse n'est plus aussi efficace qu'auparavant parce que les consommateurs d'aujourd'hui deviennent de plus en plus exigeants. La tendance aux commandites s'étend au monde entier, car cette méthode de marketing intéresse les sociétés pour diverses raisons, notamment :

- l'exposition favorable aux médias;
- la possibilité de divertir des clients;
- l'établissement d'une présence de la firme et du produit;
- la pénétration de certains segments du marché;
- la création de réseaux entre les entreprises.

L'expression «commandite par des entreprises» signifie en général un partenariat établi pour des avantages mutuels entre une société qui parraine et un événement ou un groupe sans but lucratif.

Un tel partenariat n'a rien à voir avec

la bienfaisance, le don ou le philanthropie; c'est plutôt une entente commerciale entre deux partenaires. Il est important que la commandite soutienne des objectifs commerciaux précis. Les groupes culturels du Canada sont tenus en grande estime comme ambassadeurs dans le monde entier, et ils ont été invités à participer et à se produire à l'échelle internationale. La commandite d'un tel groupe en tournée, par une société, peut être hautement productive lorsqu'on applique des techniques de marketing appropriées afin de faire de nouvelles affaires ou d'établir de nouveaux réseaux commerciaux.

Rendement des investissements

En général, un commanditaire recherche une situation où ses objectifs en matière de marketing correspondent aux besoins du groupe culturel en vue de créer une situation qui profite aux deux parties. Cela signifie que le commanditaire et le groupe culturel doivent avoir des points communs.

En fait, on atteint ce but en créant des éléments de marketing appropriés autour d'une activité centrale telle qu'un concert, une danse, une production théâtrale, une exposition d'art ou une autre activité de ce genre.

Chaque représentation offre des possibilités d'établir des réseaux commerciaux au moyen d'invitations et de réceptions. Elle favorise la reconnaissance d'un commanditaire important au moyen du matériel promotionnel, des

annonces publicitaires et des relations avec les médias du groupe en tournée.

Comment trouver des partenaires de commandite

Pour assortir avec succès les entreprises et les groupes culturels (ce qui convient à une société peut ne pas convenir à une autre), les commanditaires éventuels doivent établir des politiques et des lignes directrices claires, relatives aux objectifs de commandite par une entreprise.

Celles-ci doivent être reliées aux objectifs de la société et peuvent comprendre :

- des préférences culturelles (p. ex. des orchestres seulement);
- des services orientés tels que "en nature" ou «soutien aux employés»;
- des objectifs en matière de marketing;
- des niveaux de participation financière.

Lorsque les lignes directrices sont établies, les entreprises sont en mesure de rechercher ou de créer des possibilités de commandite d'un groupe culturel.

Les entreprises d'exportation canadiennes qui ont déjà commandité, à titre de partenaires, des groupes culturels canadiens à l'étranger affirment que de grandes sociétés internationales ont longtemps profité des avantages de la commandite. Sur la base de leur expérience, elles considèrent la commandite comme étant clairement un forum «idéal» pour pénétrer les marchés cibles et divertir les clients. Il assure aussi de nombreux autres avantages intangibles, comme le fait de projeter des images de qualité, de dignité et de fiabilité.

Pour obtenir une liste des manifestations culturelles internationales ouvertes à la commandite, communiquer avec InfoExport (voir au bas de la page 8)

CANADÉXPOR

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADÉXPOR est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPOR (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Calendrier 1992 des manifestations commerciales aux É.-U.

Voici les foires et missions prévues pour 1992, auxquelles compte participer Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. On peut obtenir de plus amples renseignements auprès des agents chargés des différents secteurs.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Composantes électroniques

Agent : D. Shaw

Tél. : (613) 991-9474

- **Midcon** — Septembre 1992 — Dallas (Texas). Composantes électroniques, matériel, systèmes et logiciels d'essai.
- **NorthCon** — Octobre 1992 — Seattle (Washington). Instruments de conception, essai et mesure, composantes de panneaux, emballage, matériel et sous-systèmes de fabrication et de production, y compris les logiciels.
- **Mission à Wescon** — Novembre 1992. Composantes électroniques, matériel d'essai, équipement et sous-systèmes de fabrication et de production.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Télécommunications

Agent : D. Shaw

Tél. : (613) 991-9474

- **Mission d'acheteurs américains** — Juillet 1992 — Atlanta/ Montréal. Matériel, logiciels et services de télécommunications.
- **South East Telecommunications** — 31 août - 2 septembre 1992 — Orlando (Floride). Matériel, logiciels et services de télécommunications (standard privé, systèmes clés électroniques et logiciel de gestion de réseau).
- **IMCE (Land Mobile)** — 1^{er}-3 septembre 1992 — Atlanta (Georgia). Matériel et services de communications mobiles (cellulaire et radio).
- **Mission d'acheteurs américains** — Septembre 1992 — Chicago/Ontario. Matériel, logiciels et services de télécommunications.
- **Mission des États-Unis** — Novembre 1992 — Divers matériel et logiciels de télécommunications, électronique de pointe (superconducteur et supercollisionneur), matériel et logiciels informatiques, matières industrielles de pointe.
- **Data '92** — 10-12 décembre 1992 — Miami (Floride). Logiciels et matériel périphérique (multiplexeurs, passerelles).

Agriculture/Produits alimentaires/Services

Aliments semi-transformés, transformés, boissons

Agent : P. Egyed

Tél. : (613) 991-9483

- **Summer International Fancy Food and Confection Show** — 26-29 juillet 1992 — Washington DC. Denrées alimentaires spéciales.
- **Western Restaurant Convention & Expo** (California

Restaurant) — 15-18 août 1992 — San Francisco. Matériel, produits alimentaires, fournitures et services destinés à la restauration collective et à l'industrie de l'accueil sur la Côte ouest des États-Unis.

- **Michigan and Great Lakes Foodservices Show** — 13-14 septembre, Detroit — Produits alimentaires et boissons; matériel, fournitures et services destinés à la restauration collective et à l'industrie de l'accueil.

- **National Prepared Frozen Food Festival** — 23 septembre 1992 — East Rutherford (New Jersey). Foire commerciale de services d'alimentation.

Produits alimentaires seulement - réfrigérés et surgelés - destinés au commerce de la restauration collective.

- **Canadian Food and Beverage Show** — 1^{er} octobre 1992 — Buffalo (ou Syracuse). Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.

- **Eastern Dairy Deli Show** — 21-22 octobre 1992 — Secaucus (New Jersey). Tous les produits alimentaires destinés au commerce des produits laitiers et des aliments de choix (y compris les fromages, la charcuterie, les produits de boulangerie, les boissons et les condiments).

- **Ohio Grocers' Association Show** — 24-25 octobre 1992 — Columbus (Ohio). Produits alimentaires, matériel, fournitures et services destinés au commerce d'épicerie au détail.

- **International Hotel, Motel and Restaurant Show** — 7-11 novembre 1992 — New York. Produits alimentaires, matériel, meubles et services destinés à la restauration collective et au commerce de l'accueil.

Produits et services de consommation

Vêtements et chaussures

Agent : N. Peacock

Tél. : (613) 991-9476

- **Midwest Men's Wear Collective** — Juillet 1992 — Chicago. Vêtements pour hommes.
- **Canada Mode** — Septembre 1992 — New York. Vêtements féminins de prix moyens.
- **Representative Locator Mission** — Septembre 1992 — Minneapolis. Vêtements d'athlétisme.
- **New York Fashion Creators** — Novembre 1992 — Los Angeles. Vêtements féminins de prix moyens.

Produits et services de consommation

Arts, produits artisanaux, articles cadeaux

Agent : T. Weinstein

Tél. : (613) 991-9479

- **Christmas in July Show** — 10-14 juillet 1992 — Seattle. Produits artisanaux, articles cadeaux.
- **Solo Show of Western Canadian Crafts/Giftware** — 13-15 juillet 1992 — Seattle.
- **Gallery Buyers to Great Northern Art Festival** — Juillet 1992 — Inuvik. Sculptures et objets d'art indiens et inuit.
- **Atlanta Gift Show** — Juillet 1992 — Atlanta. Produits artisanaux, articles cadeaux.

• **Solo Representative Locator Show** — Août 1992 — Columbus (Ohio). Produits artisanaux, articles cadeaux.

Produits et services de consommation

Industries culturelles (Publication de livres, films, vidéos, arts du spectacle, enregistrement sonore)

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

Foires régionales du livre

• **Pacific Northwest Booksellers Association** — Septembre 1992 — Portland (Oregon).

• **Upper Midwest Booksellers Association** — Septembre 1992 — Minneapolis.

• **New England Booksellers Association** — Septembre 1992 — Boston. Livres commerciaux et universitaires.

Arts du spectacle

• **Mission de Dallas au Festival de jazz de Montréal** — Juillet 1992 — Productions musicales.

• **Mission à CINARS ou au Festival de jazz de Montréal** — Juillet 1992 — San Francisco/Boston. Productions théâtrales et musicales.

Productions théâtrales et musicales.

• **Mission de Dallas à CINARS** — Décembre 1992 — Montréal. Productions théâtrales et musicales.

• **APAP** — Décembre 1992 — New York. Productions théâtrales et musicales.

Produits et services de consommation

Matériel et services d'impression

Agent : T. Weinstein Tél. : (613) 991-9479

• **Graph-Expo** — 3-6 octobre 1992 — New York. Foire commerciale de matériel d'impression.

Construction et produits connexes

Produits en bois transformé

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

• **Solo Building Products** — 9-10 septembre 1992 — Fitchburg (Boston). Produits et matériaux de construction et services connexes.

• **Remodelling Show** — 13-15 novembre 1992 — Pittsburgh. Tous les produits de construction utilisés par l'industrie de remodelage -fenêtres, portes, isolation, salles de bain, produits de cuisine, matériaux de construction.

Produits de défense et matériel et services connexes

Aéoraspaciale/Espace

Agent : D. Murray Tél. : (613) 991-9481

• **Space Week '92** — Juillet 1992 — Vandenberg Air Force Base (Californie). C'est la première fois que les entreprises canadiennes spécialisées dans le domaine spatial et les secteurs connexes participeront à cette « semaine de l'espace » organisée par l'USAF. Les activités consistent en colloques, ateliers et expositions. Il se peut qu'on prévoit une partie « CANADA » au calendrier dans le but de mettre en évidence les capacités du Canada. Communiquer avec le consulat général du Canada à Los Angeles. Attention :

Defence Programs Division, El Segundo (Cal.). Tél. : (310) 335-4439. Télécopieur : (310) 335-4493.

• **United States Marine Corps Show** — Août 1992 — Washington. En guise de son appui aux sociétés canadiennes qui exposent ou participeront à ce salon, l'ambassade du Canada à Washington servira de lieu de rencontre entre certains cadres et entrepreneurs principaux américains et des représentants d'entreprises canadiennes, en dehors des locaux du salon. Communiquer avec l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : (202) 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

• **National Business Aircraft Association Show** — Septembre 1992 — Dallas. C'est la première fois que le Canada tiendra un pavillon national et que des fournisseurs canadiens d'aéronefs commerciaux participeront à l'un des salons d'aéronautique les plus grands du monde. Communiquer avec le consulat général du Canada à Dallas. Tél. : (214) 922-9806. Télécopieur : (214) 922-9815.

• **Technology Innovation Show (Canadian) Washington** — Septembre 1992 — L'ambassade du Canada organisera un salon à l'ambassade, afin de mettre en évidence les entreprises et les produits techniquement innovateurs dans le secteur de la défense et le secteur relié à la défense, à l'intention de cadres militaires américains intéressés du Pentagone, de représentants de l'Administration centrale des services militaires ainsi que d'entrepreneurs principaux ou de représentants de la région de Washington. Communiquer avec l'ambassade du Canada à Washington. Tél. : 682-1740. Télécopieur : (202) 682-7726.

• **Mission dans le domaine des produits de simulation de défense** — Septembre 1992 — Boston. Cette mission, qui permettra de rencontrer des cadres militaires américains et des entrepreneurs principaux de la région de Boston, comprendra des entreprises canadiennes possédant des capacités prouvées dans le domaine des technologies et des produits relatifs aux dispositifs et aux systèmes d'opérations, de formation et de simulation logistique. Communiquer avec le consulat général du Canada à Boston. Tél. : (617) 262-3760. Télécopieur : (617) 262-3415.

• **Mission dans le domaine de l'électro-optique à la Wright-Patterson Air Force Base** — Septembre 1992 — Cette mission comprendra des sociétés canadiennes spécialisées dans le secteur de l'électronique et de l'optique, capables de répondre aux spécifications militaires de l'USAF ou de spécifications équivalentes, selon le besoin. Des représentants de ces entreprises rencontreront des cadres de la recherche et du développement ainsi que de l'approvisionnement afin de démontrer leurs produits et technologie. Communiquer avec le Canadian Government Defence Trade Office, Dayton (Ohio). Tél. : (513) 255-4382. Télécopieur : (513) 255-1821.

• **Mission dans le domaine du matériel médical de Philadelphie en Ontario et au Québec** — Septembre 1992 — Des agents d'approvisionnement américains de défense visiteront des entreprises choisies, spécialisées dans le maté-

riel, les fournitures et les techniques médicaux, auxquels qui intéressent le système de logistique américain s'intéresse à des fins multiples. Communiquer avec le Canadian Defence Production Office, Philadelphie. Tél. : (215) 697-1264. Télécopieur : (215) 687-1265.

Programmes et produits de défense et services connexes

Matériel de sécurité

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

- **ISC East '92** — Août 1992 — New York. Matériel de sécurité pour la protection des personnes et de la propriété dans les résidences, les locaux protégés et les zones publiques.
- **American Society for Industrial Security (ASIS)** — Septembre 1992 — San Antonio (Texas). Matériel de sécurité pour la protection du personnel, des locaux et du matériel de production dans les usines, les sièges sociaux et d'autres lieux industriels.

Enseignement, formation, produits médicaux et de soins de santé, et produits connexes

Produits pharmaceutiques et biotechnologiques

Agent : J.P. Petit Tél. : (613) 991-9482

- **IBEX International Biotechnology Exposition and Scientific Conference** — 6-8 octobre 1992 — San Francisco. Produits de la biotechnologie et matériel relié à l'industrie de la biotechnologie ainsi qu'aux produits biologiques, pharmaceutiques, diagnostiques, vétérinaires, aux tests cliniques, applications agricoles, produits chimiques, transformation des aliments, produits synthétiques, plastiques, combustibles énergétiques et minerais. Les applications de la technologie, le capital de risque et l'investissement font aussi partie de cette manifestation.
- **Mission à IBEX** — 6-8 octobre 1992 — San Francisco. Produits, matériel et technologie de biotechnologie destinés à l'industrie de la biotechnologie qui recherche des transferts de technologie et des investissements.
- **National Home Health Care Exposition** — 14-16 novembre 1992 — Atlanta. Matériel et dispositifs de soins de santé à domicile, matériel et dispositifs médicaux.

Pêcheries, produits marins et matériel connexe

Poissons, crustacés et autres produits marins

Agent : P. Egedy Tél. : (613) 991-9483

- **Colloque sur les espèces de poissons sous-exploitées** — Août 1992 — Boston. Produits de la pêche et fruits de mer. Personne-ressource : Jack McManus, consulat du Canada à Boston. Tél. : (617) 262-3760.
- **Solo Seafood Show** — 12 novembre 1992 - Detroit. Espèces sous-exploitées de poissons d'eau douce et de fruits de mer canadiens. Personne-ressource : Jim Lyons, consulat du Canada à Detroit. Tél. : (313) 567-2340.
- **Promotion de l'aquaculture canadienne** — 4 novembre 1992 — New York. Saumon d'élevage, morue, moules,

pétoncles, truites et toute autre espèce disponible sur une base commerciale. Personne-ressource : Richard Campanale, consulat du Canada à New York. Tél. : (212) 768-2400.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Produits et services environnementaux

Agent : D. Marsan Tél. : (613) 991-9473

- **Solid Waste Association of North America** — 3-6 août 1992 — Tampa (Floride). Fabricants et distributeurs de matériel de manutention de déchets solides; camions et carrosseries, compacteurs de sites de décharge, incinérateurs et services d'experts-conseils.
- **Water Environment Federation (Water Pollution Control Federation)** — 20-24 septembre 1992 — Nouvelle-Orléans. Matériel de traitement des eaux usées municipales et industrielles, matériel de manutention, de traitement et d'élimination des déchets dangereux.
- **Hazardous Materials Management Conference (HazMat West)** — 10-12 novembre 1992 — Long Beach. Matériel de manutention, de traitement, d'entreposage et de transport des matières et des déchets dangereux.
- **Lower Great Lakes Waste and Recycling Expo** — 13-14 novembre 1992 — Buffalo (New York). On mettra l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets industriels et ménagers ainsi que sur le recyclage; toutefois, des entreprises de presque tous les secteurs seront invitées.
- **Hazardous Materials Control (HazMat '92)** — Novembre 1992 — Washington DC. Systèmes et services de ramassage, de confinement et d'élimination des matières toxiques et dangereuses produites par les processus municipaux et industriels.
- **9th Annual New Jersey Environmental Expo** — 19-21 octobre 1992 — Edison (New Jersey). Services et matériel environnementaux pour la gestion des déchets solides, gestion des ressources hydrauliques, évaluation de l'environnement, réduction de la pollution atmosphérique et bonification des sites.

B• Missions

- **Mission à la Biotechnology and Waste Treatment Conference** — 15-16 septembre 1992 — Grand Rapids (Minnesota). Traitement des déchets industriels, mesures correctrices biologiques.
- **Mission dans le domaine des produits et services environnementaux** — Automne 1992 — Boston. Gamme complète de produits et services environnements.
- **Mission à la Pennsylvania State-Wide Environmental Event** — Octobre 1992 — Harrisburgh (PA). Services et technologie de génie-conseil.
- **Mission des Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) à la Lower Great Lakes Waste & Recycling Expo** — 10-11 novembre 1992 — Buffalo (New York). On mettra l'accent sur le matériel et les services relatifs aux déchets industriels et ménagers ainsi que sur le recyclage;

toutefois, des entreprises de presque tous les secteurs seront invitées.

• **Mission des NEEF à la Industrial Waste Water — Automne 1992** — Pittsburgh. Matériel et services technologiques de traitement des eaux usées municipales et industrielles.

C. Ateliers et colloques

• **Ateliers sur la stratégie d'alignement et de partenariat dans le domaine de l'environnement-** Automne 1992- Seattle (WA), Washington DC, Pittsburgh (PA), Chicago (IL), Los Angeles CA), Atlanta. Offrir, en collaboration avec les consulats du Canada aux États-Unis, une série d'ateliers à l'intention de 10 à 15 entreprises canadiennes devant être assorties avec certaines sociétés américaines pertinentes, ayant les mêmes intérêts pour le partage éventuel de la technologie, des alliances stratégiques, des accords de sous-traitance, etc.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Quincaillerie et amélioration du logement

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

• **International Lawn Garden & Power Equipment Show** — 26-28 juillet 1992 — Louisville. Pelouse et jardin, équipement d'alimentation électrique, aménagement paysagiste, hangars d'entreposage.

• **National Hardware Show** — 16-19 août 1992 — Chicago. Quincaillerie, amélioration du logement (bricolage), articles ménagers, pelouse et jardin, fournitures pour animaux d'agrément, pièces de rechange pour automobiles.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Manutention de matières

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

• **Great Lakes Industrial Show** — Novembre 1992 — Cleveland. Diverses machines-outils et machines de fabrication.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Matériel d'emballage

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

• **PMMI Pack Expo** — 8-12 novembre 1992 — Chicago. Machines, matériel et fournitures d'emballage.

Machines industrielles, matériel environnemental et matériel connexe

Matériel de production

Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

• **International Machine Tool Show** — 9-17 septembre 1992 — Chicago. Machines-outils, matériel et fournitures, y compris des machines pour le découpage et le travail des métaux, de l'équipement et des systèmes auxiliaires tels que

le matériel de nettoyage, de dégraissage, de soudure et de traitement thermique, des moteurs, de la robotique, de la technologie de soutien à la fabrication, des fournitures et des denrées consommables, ainsi que des produits et du matériel d'entretien et de sécurité.

• **Design'92** — Octobre 1992 — Edison (New Jersey). Machines de très grande précision, instruments et logiciels de conception assistée par ordinateur (CAO) et de fabrication assistée par ordinateur (FAO), composantes électriques et électroniques, services de soutien en ingénierie, énergie hydraulique, composantes mécaniques, matériaux d'emballage, transmission d'énergie, moules.

Secteurs et services non mentionnés ailleurs

Achats de matériel civil par le gouvernement

Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441

• **Urban and Regional Information Systems Assoc. (URISA) Show** — 13-15 juillet 1992 — Washington D.C. Produits et services relatifs au Système d'information géographique (SIG).

• **FedMicro '92 Show** — 11-12 août 1992 — Washington D.C. Matériel et logiciels d'informatique.

• **Federal Computer Conference** — 5-6 décembre 1992 — Washington D.C. Informatique

• **Mission commerciale** — Septembre 1992 — Los Angeles et San Francisco. Technologie des logiciels.

• **Mission commerciale au U.S. General Services Administration (GSA), Itworth** — Août 1992. Produits commerciaux à déterminer.

Produits du pétrole et du gaz et matériel connexe

Matériel

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

• **Compressed Natural Gas Show** — 7-9 juillet 1992 — Oklahoma City. Matériel et services reliés au secteur du gaz naturel.

• **Society of Exploration Geophysics** — 25 octobre 1992 — Nouvelle Orléans. Matériel et services connexes destinés à l'industrie du pétrole et du gaz.

Matériel d'alimentation et d'énergie

Matériel et services de transmission et de distribution

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

• **T & D World Expo '92** — 10-12 novembre 1992 — Indianapolis. Matériel, logiciels et services de transmission et de distribution d'énergie.

• **PowerGen** — 17-19 novembre 1992 — Orlando. Matériel, logiciels et services de production et de distribution d'énergie.

La suite de ce calendrier sera
publiée dans le prochain numéro
de *CanadExport*.

Salon des télécommunications en Hongrie

Budapest — L'une des meilleures façons de percer le marché florissant des télécommunications en Europe centrale et de l'Est, c'est de participer à ce qui sera « le salon régional le plus grand qui ait jamais eu lieu ».

D'une superficie d'exposition de 16 000 mètres carrés, **Europa Telecom 92**, qui se tiendra du 12 au 17 octobre dans la capitale hongroise, peut facilement offrir aux principales entreprises internationales de télécommunications un espace suffisant pour qu'elles exposent leurs produits et services.

Parrainée par le gouvernement hongrois, cette foire commerciale internationale qui, comme on le prévoit, attirera plus de 15 000 visiteurs de marque, sera organisée par l'Union internationale des télécommunications (UIT), organisme des Nations Unies spécialisé dans les télécommunications. Elle compte 164 pays membres.

Les cadres d'UTI indiquent que, pendant la prochaine décennie, un montant total de 50 à 60 milliards de dollars (US) devra être investi afin que l'Europe centrale et de l'Est dispose d'une densité téléphonique égale à celle du reste de l'Europe. (Même cette estimation

est conservatrice car elle est fondée sur la densité téléphonique actuelle de l'Europe de l'Ouest.)

Mais une chose est certaine : la nécessité de rattraper le reste du monde en ce qui concerne les réseaux de télécommunications et la technologie modernes signifie que le nouveau marché européen croîtra rapidement — et offrira des « débouchés inégalés » aux fournisseurs de matériel de télécommunications à l'échelle mondiale.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera à **Europa Telecom 92** dans le cadre d'une section de son Programme de développement des marchés d'exportation (PDME), chargée de faire la promotion de l'exportation — où les entreprises participent aux dépenses. Le ministère aura un pavillon national.

Pour de plus amples renseignements sur la participation à **Europa Telecom 92** ou sur les critères de qualification du PDME, communiquer avec Mme Thérèse Gervais, Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF). Télécopieur : (613) 995-6319.

La SCPAA

(Suite de la page 1)

gique et de la compétitivité;

- un objectif stratégique pour chaque marché, devant être atteint pendant une période de trois à cinq ans; et
- une description des activités annuelles de développement de marché et de production destinées à atteindre les objectifs stratégiques au cours des trois premières années de fonctionnement du plan.

Les ministères qui participent aux SCPAA sont Agriculture Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, Industrie, Sciences et Technologie Canada et Diversification de

l'Économie de l'Ouest du Canada.

Pour de plus amples renseignements sur la manière dont les SCPAA peuvent aider l'industrie agro-alimentaire du Canada à devenir plus concurrentielle sur les marchés mondiaux, ou pour obtenir la liste des organismes participant aux SCPAA, communiquer avec Elwood Hodgins, Direction générale du développement agro-alimentaire, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

Exposition permanente de produits alimentaires à Moscou

Moscou — Les fabricants canadiens dans l'industrie du matériel de transformation et de préparation des aliments ont une possibilité unique de pénétrer cet énorme marché en Russie.

Ils peuvent exposer - gratuitement - à **Food Equipment 2000**, un « moyen de promotion progressiste » pour le commerce, qui s'ouvrira à Moscou le 15 juillet 1992. La manifestation comprendra aussi une petite boulangerie promotionnelle.

L'exposition, qui est la première permanente de ce genre, permettra aux participants canadiens d'établir des contacts internationaux avec des boulangers, des directeurs d'usines, des cadres du gouvernement et de l'industrie de la boulangerie.

La participation à cette manifestation permettra aux exposants de tirer profit de meilleurs débouchés commerciaux et de développer de nouveaux marchés. Commerce International TJL, qui coordonne ce projet ambitieux, administrera l'ensemble de l'événement, laissant aux exposants le soin d'installer le matériel et d'enseigner au personnel technique de TJL à l'utiliser et à l'entretenir.

TJL, qui exerce des activités dans les domaines du génie de procédés et de la gestion de projets sur le marché russe depuis dix ans, affirme qu'elle connaît à fond l'industrie de transformation des aliments en Russie et qu'elle est « parfaitement qualifiée pour vous représenter » sur ce marché florissant.

Pour de plus amples renseignements sur la façon de tirer parti de cette possibilité d'étendre le territoire des ventes, communiquer avec Mme Susan Léger, coordonnatrice de l'exposition, Commerce International TJL, 6955, boul. Taschereau, bureau 202, Brossard (Québec) J4Z 1A7. Tél. : (514) 443-1392. Télécopieur : (514) 443-9635. Télex : 05-25134 MTL/TJL.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

ÉTATS-UNIS — Un fabricant de matériel agricole utilisé pour la gestion du bétail (surtout des cochons et des vaches laitières) désire élargir sa gamme de produits par des accords de marketing conjoint conclus avec des fabricants canadiens de matériel agricole ou des accords de concession de licences, ou les deux. Les produits éventuels sont, entre autres: mélangeurs d'aliments pour animaux, prises d'air, chariots à aliments, pompe de caniveau à fumier, nettoyeur d'étable, pompe à piston, revêtement de sol en plastique, épandeur de fumier, machines à traire, laveuses de mamelons, barrette, désensileuse, chariot à aliments avec déchargement à tarière. Communiquer avec Desmond Benfield, 804 Cornwall Avenue, Waterloo, Iowa 50702. Tél. : (319) 234-4134.

INDE — Une entreprise spécialisée dans les machines de traitement de l'eau et des eaux usées désire conclure des accords de transfert de technologie et de concession de licences avec des sociétés canadiennes, en particulier celles capables de fournir la technologie servant à résoudre des problèmes compliqués qui se posent dans ce domaine. Joindre R.G. Vaidya, Managing Director, Akar Impex Pvt. Ltd., P.O. Box 577, New Delhi 110001, India. Tél. : (011) 8923291. Télécopieur : (011) 8926025. Télex : 3166811 AKAR IN.

POLOGNE — Une entreprise établie à Cracovie, spécialisée dans le commerce

des produits, recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour la fourniture de ciment, d'or, de bois débité de construction, d'essence, de déchet de cuivre et d'acier. La firme, qui peut offrir des services de consultation complets aux sociétés canadiennes sur le marché polonais, recherche également des investisseurs pour un projet d'habitation en Pologne et désire faire le commerce des produits avec des entreprises canadiennes. Joindre Grzegorz Rzazewski ou Hanna Rzazewski, InterMedia Business and International Trade Consulting Service, Division of V.V.V. Enterprises Co. Ltd., UL. Florianska 44, Krakow, Poland. Tél. : 011-48-12-229351/229362. Télécopieur : 011-48-12-229344.

TAIWAN — Une entreprise établie à Taipei recherche des fournisseurs canadiens de panneau de plafonnage en laine

de verre, des rouleaux de laine de verre (densité : 16 kg/m³ à 24 kg/m³; épaisseur : 25 mm à 50 mm), des panneaux en bois pressé avec laine de verre (densité : 32 kg/m³ à 100 kg/m³; épaisseur : 15 mm à 30 mm), des panneaux en verre et de l'isolant thermique résistant au feu. Communiquer avec H. Lee, China-Asia Glass Wool Industrial Co., Ltd., 4F, No. 77, Nanking East Road, Section 3, Taipei, Taiwan. Tél. : 886-2-5166288. Télécopieur : 886-2-5166289.

TAIWAN — Une firme désire importer des produits de beauté, du shampoing, des détergents, des lotions, du savon de beauté et des nettoyeurs ménagers. Communiquer avec Fred Chou, Giantrich Enterprises Co., Ltd., 3/F, No. 9, Lane 121, Chung Cheng Street, Hsing Chung City, Taipei Hsien, Taiwan. Tél. : 886-2-2779489. Télécopieur : 886-2-2779121.

PUBLICATIONS

La filière des contrats internationaux de transfert de technologie.

Ce document montre l'importance et l'intérêt d'une véritable coopération entre les entreprises. Il veut faciliter la rédaction des contrats internationaux et rendre leur exécution plus facile.

Cet ouvrage adapté pour la clientèle québécoise traite d'un sujet d'intérêt international. On peut se procurer ce volume au coût de 12.95\$ dans les librairies, chez les concessionnaires et autres distributeurs des Publications du Québec. On peut aussi le commander

par téléphone: (418) 643-5150 ou 1-800-463-2100; par télécopieur: (418) 643-6177.

Marché de l'élevage de bovins au Guatemala, une étude effectuée récemment par l'ambassade du Canada dans la ville de Guatemala, donne un aperçu de ces deux secteurs, contient des statistiques sur les importations et les exportations, traite des tendances du marché et fournit une liste des associations et des distributeurs. Pour recevoir des exemplaires de cette étude, téléphoner au (613) 995-0460 ou par télécopieur, (613) 943-8806.

Numéro à noter

Le numéro de télécopieur du Haut-commissariat à Lusaka est le (011-260-1) 225160.

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2



CANADEXPORT

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Le premier plan de promotion du commerce extérieur

L'honorable Michael Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, a dévoilé le tout premier Plan de promotion du commerce extérieur.

Ce document pratique qui aidera les entreprises canadiennes à établir leurs plans et leurs priorités pour l'exploitation de marchés étrangers dans l'année qui vient.

Le Plan comprend une liste des activités de développement de marchés parrainées par le gouvernement en 1992-1993 dans tous les grands secteurs d'activité et dans toutes les régions du monde.

«En présentant un Plan cohérent de promotion du commerce extérieur au secteur privé, aux provinces et au grand public, le gouvernement oriente les exportateurs actuels et potentiels vers les marchés prometteurs et esquisse les activités et programmes fédéraux qui peuvent leur ouvrir les portes de ces marchés,» a déclaré le Ministre.

«L'accent mis sur le développement de marchés permettra aussi à nos exportateurs de tirer plus facilement avantage des nouveaux débouchés créés par l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis ainsi que des nouveaux marchés ouverts par la conclusion d'un Accord de libre-échange nord-américain et par l'achèvement des Négociations commerciales multilatérales de l'Uruguay Round.

«Nous publions aussi ce Plan pour connaître le point de vue des gens d'affaires, afin de garantir l'équilibre de nos priorités et de nos objectifs,» a ajouté M. Wilson.

Ce Plan, établi en étroite consultation entre Affaires extérieures et Commerce

Suite à la page 2 — Le Plan

Débouchés dans le secteur des télécommunications en Inde

«En Inde, le secteur des télécommunications est florissant», dit M. Rajeh Pilot, le ministre responsable, qui ajoute que «les services de télécommunications ne sont pas aujourd'hui un luxe mais une condition préalable de progrès économique.»

Cette attitude explique pourquoi l'ensemble du secteur des télécommunications en Inde est sur le point de croître considérablement, offrant des possibilités d'exportation aux petites et

exigent un investissement global de 500 milliards \$ CAN);

- au moins un téléphone pour chaque village;
- des publiphones dans des régions urbaines, facilement accessibles aux personnes qui ne peuvent avoir leur propre téléphone;
- un réseau qui permette aux appels des abonnés de circuler librement; et
- un réseau global voix-données destiné à l'industrie, compatible avec des réseaux internationaux semblables.

Le ministère des Télécommunications veut que l'industrie des télécommunications produise collectivement un million de lignes l'année prochaine et atteigne une capacité de cinq millions de lignes par an d'ici la fin de la décennie. ITI, qui ne produit qu'environ 500 lignes par an, sera évidemment incapable de répondre à cette demande. Par conséquent, les grandes sociétés multinationales seront appelées à remédier à cette insuffisance.

Déjà, Alcatel a établi une entreprise conjointe avec Modi afin de fabriquer des centres de commutation numériques. AT&T s'est associée avec Tata Telecom pour fabriquer du matériel de transmission. Fujitsu a signé un protocole d'entente avec la Punjab Electronic Development Corporation pour produire des centraux électroniques. Motorola, Ericsson et Siemens sont toutes intéressées.

Suite à la page 2 — Le secteur

FOIRES ET MISSIONS AUX ÉTATS-UNIS

Voir pages 4 à 6

moyennes entreprises canadiennes.

Le plan d'expansion découle du processus de libéralisation du milieu de l'année 1991, qui a éliminé le monopole de l'entreprise du secteur public, Indian Telephone Industries (ITI).

Si les plans actuels sont mis en oeuvre, le ministère des Télécommunications installera, entre 1992 et 1997, 12,5 millions de nouvelles lignes. Par comparaison, au cours des 40 dernières années, seules 4,5 millions de lignes ont été ajoutées. Cette expansion coûtera au Ministère environ 20 milliards \$ CAN.

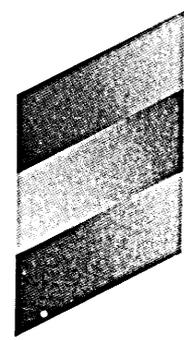
Compte tenu du fait que le ministère des Communications réalise des profits, et de l'énorme demande accumulée, ces objectifs ne semblent pas irréalistes. M. Pilot fait remarquer que «même un péon désire aujourd'hui posséder un téléphone.»

Les objectifs plus globaux, devant être atteints d'ici l'an 2000, comprennent :

- 20 millions de connexions de téléphone et de télex sur demande (qui

DANS CE NUMÉRO

Ambassade en Estonie.....	2
Débouchés commerciaux.....	3
Foires commerciales au Brésil....	7
Publications.....	8



Canada

Le Plan de promotion du commerce

(Suite de la première page)

extérieur Canada, Industrie, Sciences et Technologie Canada et Investissement Canada, donnera une approche plus cohérente des questions liées au commerce, à la technologie et à l'investissement.

Le Plan de promotion du commerce extérieur a pour but :

- faire mieux comprendre les grands défis et débouchés globaux qui s'offrent au Canada et de souligner la nécessité de développer chez les Canadiens une « culture commerciale » extravertie;
- faire mieux connaître les politiques, activités et programmes fédéraux mis sur pied pour aider les entreprises à maintenir leur compétitivité internationale;
- encourager un dialogue permanent entre le secteur privé et le gouvernement fédéral pour garantir que les priorités, les stratégies et les programmes gouvernementaux répondent aux véritables besoins des sociétés canadiennes; et
- faciliter la coordination des activités avec les provinces de façon à améliorer l'efficacité et à réduire le double emploi.

Le secteur des télécommunications

(Suite de la première page)

sées. La société canadienne Northern Telecom a également une présence dans ce pays.

La technologie et le matériel recherchés sont tous d'avant-garde. En Inde, les interrupteurs existants ont été mis au point à la fin des années 70 et sont produits depuis 1984. Depuis, le progrès avance à pas de géant. A titre d'exemple, mentionnons le grand bond réalisé en ce qui concerne le Busy Hour Call Attempts (bhca) (nombre d'appels pendant l'heure de pointe). Comme l'indique le nom, cela représente environ le nombre d'appels qui peuvent être acheminés en une heure. Actuellement, les centraux offrent un BHCA de 1,2 million, c.-à-d. quatre fois le chiffre actuel relatif aux centraux en Inde.

L'Inde n'offre pas seulement des débouchés aux grandes multinationales; les perspectives sont aussi bonnes pour les entreprises qui peuvent répondre à des créneaux plus petits, et ce, parce que le pays ne développe pas seulement le secteur des télécommunications de base. Le ministère a annoncé qu'il lancera bientôt un appel d'offres à l'échelle mondiale pour l'acquisition de services à valeur ajoutée. Il accordera des franchises dans des secteurs tels que les téléphones cellulaires mobiles, la messagerie vocale, le courrier électronique, l'audioconférence, la vidéoconférence, la recherche de per-

sonnes par radio et le vidéotex.

Parmi les autres domaines qui offrent des possibilités: le matériel périphérique tel que les télécopieurs et les modems. Bon nombre de ces domaines offrent d'importants débouchés, non seulement en raison du très grand nombre d'habitants mais aussi pour des facteurs géographiques. Par exemple, les téléphones cellulaires sont encore confinés aux automobiles, mais ils représentent une vaste application comme option peu coûteuse dans certaines régions rurales et éloignées.

Il existe également des possibilités dans le secteur de l'infrastructure téléphonique par opposition aux services de terminaux. C'est en fournissant ces genres de services et de matériel que de nombreuses sociétés canadiennes petites et moyennes peuvent connaître le plus grand succès.

Pour plus d'information sur le secteur des télécommunications en Inde, communiquer avec M. Antony Page, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-7256. Télécopieur : (613) 996-4309.

Bureau de l'ambassade en Estonie

L'adresse du bureau de l'ambassade à Tallin (Estonie) est la suivante : Bureau de l'ambassade du Canada, Toom Kooli 13 - 2^e étage, EE0001 Tallin, Estonie. Les numéros de téléphone sont le (7-0142) 449-056 (local) ou le (358) 298103 (par la Finlande). Le numéro de télécopieur est le (358) 298104 (par la Finlande).

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, envoyez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

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

CAMEROUN—Entrepreneur cherche à s'établir dans la petite industrie pour fabriquer des courroies de transmission en caoutchouc et des systèmes de roulements à billes. A cet effet, il aimerait entrer en contact avec des fournisseurs de machines et d'équipements du secteur. Communiquer avec B.M.G., a/s Section Commerce, Ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Télécopieur: (237) 22 10 90.

CAMEROUN— Société de transport, spécialisée dans le groupage rail, route, camionnage urbain et transport de colis express, recherche partenaire pouvant lui apporter une expertise dans la gestion de l'entreprise (contrôle des coûts d'opérations) et un financement pour accroître sa flotte de camions et pickups. Communiquer avec Link S.A., a/s Section Commerce, Ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Télécopieur: (237) 22 10 90.

CAMEROUN — Entreprise cherche partenaires ayant de l'expertise dans le domaine de l'exploitation de carrières et pouvant participer à l'accroissement du capital ainsi qu'à l'acquisition des équipements lourds neufs ou usagés: niveleuses, chargeurs, camions bennes, chenilles, compacteurs et concasseurs. Communiquer avec David Undoa, a/s Section Commerce, Ambassade du Canada, B.P. 572, Yaoundé, Cameroun. Télécopieur: (237) 22 10 90.

LITUANIE — Une entreprise commerciale spécialisée en informatique désire acheter divers articles, notamment des modems (2400, 9600, V42); des disquettes (haute densité 5.25/3.5"); des imprimantes par points (toutes les dimensions de chariots, 9 et 24 points); des ordinateurs portatifs (286 12-16MHZ); des ordinateurs de bureau (386 25-33MHZ); des ordinateurs verticaux (468 33MHZ); et des ordi-

nateurs de grande puissance. Cette société désire également obtenir des listes de prix, des renseignements sur les frais d'expédition et les modalités de livraison. Communiquer avec Paulius Urbonas, Gojus International Ltd., Putvinskio 12A, Kaunas 3000, Lituanie. Télécopieur: (70127) 225-642. Télex: 269896 RELAX SU.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise, qui représente Softdisk Publishing Inc. et fabrique des versions locales des produits de cette société et participe à la mise au point de logiciels spécialisés destinés aux réseaux en direct désire acquérir des logiciels et des services informatiques en direct au moyen d'un modem. Communiquer avec Alistair Stevens, I.T. Manager, Hargon International Ltd., P.O. Box 21-423, Henderson, Auckland, New Zealand. Tél.: (09) 837-1759.

Télécopieur: (09) 838-5663.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise spécialisée dans la réparation, l'entretien et la modification de tous les types de machines de terrassement, de grues et de camions utilisés dans la foresterie, l'exploitation minière et le transport recherche un fournisseur de pièces détachées pour ses divisions de réparation et d'entretien. La société, qui voudrait devenir un représentant local pour fournir toutes les opérations semblables en Nouvelle-Zélande, désire aussi importer et fournir des véhicules spéciaux (camions tous ponts moteurs et véhicules pour l'élimination des déchets). Communiquer avec Wayne Fisk Director, Wayne D. Fisk Limited (Diesel & Automotive Services), P.O. Box 35-064, Lower Hutt, New Zealand. Tél./Télécopieur: 64-4-567-3069.

Résultats du programme commercial à l'étranger

Le tableau suivant, couvrant la période d'avril à juin 1991, résume les activités de l'ensemble du programme commercial à l'étranger d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Le rapport couvre des statistiques clés, sur les ventes et les demandes de renseignements relatives au commerce et aux investissements, présentées par 80 missions réparties dans les cinq grandes régions du monde.

REGIONS	MISSIONS		NOMBRE DE VENTES		VALEUR DE VENTES	
	TOTAL	DECLARANTES	A L'EXPORTATION		A L'EXPORTATION (\$M)	
Afrique/Moyent-Orient	17	14	34		621	
Asie/Pacifique	19	14	95		241	
Europe	27	25	91		657	
Amérique Latine/Antille	14	14	62		173	
Etats-Unis	13	13	374		236	
Total	90	80	656		1928	
	DEMANDES		DEMANDES			
REGIONS	SUR LE COMMERCE		SUR L'INVESTISSEMENT		VOYAGEURS D'AFFAIRES	
	Cdn	Local	Cdn	Local	Cdn Pr/Pub	Loc Pr/Pbu
Afrique/Moyent-Orient	3313	2811	32	102	448/434	681/587
Asie/Pacifique	707	7228	413	428	829/802	2336/2515
Europe	7645	7519	538	683	2112/723	1931/866
Amérique Latine/Antille	9979	11143	75	61	513/895	877/2755
Etats-Unis	8228	7063	338	471	1781/777	1692/622
Total	36237	35764	1396	1745	5683/3631	7517/7345

Calendrier 92-93 des manifestations commerciales aux É.-U.

Voici les événements commerciaux qui auront lieu en 1992-1993 et auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) compte participer. La première partie a été publiée dans CanadExport, vol. 10, n° 11, 15 juin 1992. Il est possible d'obtenir de plus amples renseignements sur ces activités auprès des agents chargés des divers secteurs.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Matériel informatique, logiciels, informatique, traitement des données, bureautique

Agent : G. Willows Tél. : (613) 993-6576

- NetWorld Dallas — 13-15 octobre 1992 — Dallas. Matériel, logiciels, périphériques et accessoires de réseaux axés sur les ordinateurs personnels (OP).
- Comdex Fall — 16-20 novembre 1992 — Las Vegas. Systèmes d'ordinateurs de faible puissance, matériel et logiciels, périphériques et accessoires.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Composantes électroniques

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

- Mission au Canada — Février 1993 — Atlanta/Ontario. Composantes électroniques, matériel d'essai, matériel de fabrication et de production, y compris les logiciels.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Télécommunications

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

- ComNet'93 — Janvier 1993 — Washington. (Voir Achat de matériel civil par le gouvernement)

Agriculture, produits alimentaires et services Produits alimentaires semi-transformés et transformés, et boissons

Agent : P. Egyed Tél. : (613) 991-9483

- Exposition individuelle de produits alimentaires et de boissons et mission d'acheteurs américains — Le 2 février 1993 — Vancouver (C.-B.) Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.
- Solo Food and Beverage Show — Le 3 février 1993 — Boston (Massachusetts). Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.
- All-Canadian Wine Championships — Le 7 février 1993 — Détroit (Michigan). Vins et spiritueux.
- Mission d'acheteurs américains au Canadian Food and Beverage Show — 14-16 février 1992 — Toronto. Produits alimentaires, boissons, fruits de mer destinés au commerce d'alimentation collective.

- Winter International Fancy Food and Confection Show — 28 février au 2 mars 1993 — San Francisco. Spécialités gastronomiques.

- Natural Products Expo West — 23-25 mars 1993 — Anaheim (Californie). Aliments organiques et naturels, produits relatifs au style de vie destinés aux points de vente au détail.

- Canadian Food and Beverage Show — Mai 1993 — Minneapolis. Produits alimentaires, boissons et fruits de mer.

- Canadian Wine Tasting — Mai 1993 — Buffalo. Vins et spiritueux.

Produits chimiques, produits pétrochimiques, matériel connexe, services, plastiques

Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486

- SPE (Society of Petroleum Engineers) — 4-7 octobre 1992 — Washington. Matériel de forage de champs pétrolifères, d'extraction et de pipeline, ainsi que du matériel et des services de laboratoire, du matériel de recherche et de sécurité ainsi que des logiciels destinés aux lieux de travail.
- Plastics USA — 13-15 octobre 1992 — Chicago. Tous les segments de l'industrie des plastiques, y compris des machines, des matières plastiques, des produits traités, des instruments et du matériel de contrôle des procédés.

Produits de consommation

Vêtements et chaussures

Agent : N. Peacock Tél. : (613) 991-9476

- CANADA MODE — Février 1993 — New York. Vêtements féminins de prix moyens.
- Midwest Men's Wear Collective — Février 1993 — Chicago. Voir plus haut.
- Mission NEXUS au Super Show — Février 1993 — Atlanta. Vêtements d'athlétisme.

Produits de consommation

Objets d'art, produits artisanaux et articles cadeaux

Agent : T. Weinstein Tél. : (613) 991-9479

- Mission américaine au Atlantic Craft Trade Show — Février 1993 — Halifax. Objets d'art, produits artisanaux, vêtements, articles cadeaux.

Produits et services de consommation

Industries culturelles (publication de livres, films et vidéos, arts du spectacle, enregistrement sonore).

Agent : D. Shaw Tél. : (613) 991-9474

Salons régionaux du livre

- Hiver — Janvier 1993 — Chicago.

Film et vidéo

- **Solo Show - Canadian Connection** — Novembre 1992 — Los Angeles. Lieux de tournage et services canadiens pour la production de films et de vidéos.
- **Participation au IPS Meeting** — Novembre 1992 — Baltimore. Films et vidéos canadiens choisis.

Produits et services de consommationMeubles

- Agent : T. Weinstein Tél. : (613) 991-9479
- **Mission au Marché du mobilier de Toronto** — 10-13 janvier 1992 — Toronto. Gamme entière de meubles résidentiels, d'accessoires et de literie.
 - **Pavillon national au Designers Saturday Furniture Show** — 15-17 octobre 1992 — New York. Meubles de bureau et sièges.
 - **Mission au International Interior Design Exposition (IIDEX)** — 20-22 novembre 1992 — Toronto. Meubles de bureau et accessoires.
 - **Solo Institutional Furniture Show** — Date à déterminer — Minneapolis. Soins de santé, meubles d'institution.
 - **Solo Office Furniture Show** — Date à déterminer — Dallas. Meubles de bureau et sièges.
 - **Solo Office Furniture Show** — Date à déterminer — Chicago. Meubles de bureau et sièges.

Construction et produits connexesProduits en bois transformé

- Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486
- **National Association of Home Builders (NAHB)** — 19-22 février 1993 - Las Vegas. Produits et matériaux de construction et services connexes.

Pêcheries, produits marins et matérielPoissons, crustacés et matériel marin

- Agent : P. Egedy Tél. : (613) 991-9483
- **Seafare International Southwest '93** — 10-12 février 1993 — Long Beach (Californie). Poissons et fruits de mer. Personne-ressource: Carl Light, consulat du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 687-7432.

Machines industrielles et matériel environnementalProduits et services environnementaux

- Agent : D. Marsan Tél. : (613) 991-9478
- **Stand d'information à Petro-Safe '93** — Janvier 1993 — Houston. Détection de matières dangereuses, matériel de traitement et d'élimination, matériel de prévention des incendies et de lutte contre ces derniers, systèmes de confinement et de nettoyage des déversements de pétrole, matériel d'incinération.
 - **Atelier de technologie océanographique** — 27 février 1993 — Newport. Cet atelier a pour objectif de promouvoir le commerce, les entreprises conjointes, les alliances stratégiques et les projets de développement conjoint entre des organismes canadiens et américains. On prévoit la participa-

tion de 150 personnes représentant des entreprises et des organismes participant à tous les aspects de la technologie marine, y compris le matériel, les logiciels, l'ingénierie, l'exploration, le génie-conseil et la protection de l'environnement. Les participants canadiens auront la possibilité d'exposer leurs produits et services et de rencontrer des partenaires américains, des collaborateurs et des acheteurs éventuels.

- **Hazardous Material (HazMat Central)** — Avril 1993 — Chicago. Gestion des matières dangereuses.
- **National Home Centre Show** — 21-24 mars 1993 — Chicago. Amélioration du logement (bricolage), équipement de jardin et de pelouse, quincaillerie.

Machines industrielles et matériel environnementalMatériel de manutention

- Agent : P.-A. Rolland Tél. : (613) 991-9475
- **ProMat 93** — Matériel et systèmes de manutention des matières, y compris le déplacement, l'entreposage, le contrôle et la protection de produits tout au long du processus de fabrication, de distribution, de consommation et d'élimination.
 - **Association of Iron and Steel Engineers** — Septembre 1993 — Pittsburgh. Matériel d'aciérie et matériel utilisé pour la production et le traitement des métaux.
 - **Fabtech '93** — Octobre 1993 — Rosemont (Illinois). Fabrication de tôles et machines de traitement.

Matériel et services d'alimentation électrique et d'énergieMatériel de chauffage

- Agent : R. McNally Tél. : (613) 993-7486
- **Air-Conditioning, Heating and Refrigeration Exposition (ASHRAE)** — 25-28 janvier 1992 — Chicago. Tous les aspects du chauffage, de la ventilation et de la climatisation.

Secteurs et servicesAchats civils du gouvernement

- Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441
- **Mission commerciale à TechExpo** — Octobre 1992 — Washington, DC. Informatique, matériel, logiciels et services.
 - **Mission commerciale au U.S. General Services Administration (GSA)** — Janvier 1993 — Itworth. Mission commerciale (date à déterminer).
 - **Communications Networks (ComNet) '93** — 2-4 février 1993 — Washington, DC. Liaison en phonie, transmission de données, produits de réseaux.
 - **Federal Office Systems Exposition (FOSE)** — Mars 1993 — Washington, DC. Informatique.

Secteurs/Services

- Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441
- **Mission de partenariat commercial** — Janvier 1993 -

Boston. Géomatique.

- Mission commerciale — Mars 1993 — El Paso.

Secteurs et services mentionnés nulle part ailleurs Industries de services

Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9441

- Mission d'acheteurs américains — Septembre 1992 — Toronto et Moncton. Génie-conseil.
- Mission de décoration intérieure et d'architecture — Septembre 1992 — Atlanta. Décoration intérieure et architecture.
- Mission commerciale — Novembre 1992 — Atlanta. Services environnementaux.
- Mission commerciale — Octobre 1992 — San Francisco et Los Angeles. Services d'informatique.
- Mission commerciale — Octobre 1992 — Seattle.
- Mission commerciale — Octobre 1992 — Atlanta. Logiciels de défense et environnement.

Systèmes de transport et matériel connexe

Automobiles

Agent : A. Mc Bride Tél. : (613) 993-5149

- Mission dans le domaine du transport urbain — Août 1992 — De Los Angeles à Toronto et Montréal. Matériel et technologie reliés à l'exploitation de systèmes de transport urbain.
- Ohio Automotive Wholesalers Show — PRODUITS : Pièces de rechange et équipement pour automobiles.
- Intermodal Expo '92 (Atlanta) — Services de transport normalisés. Transport.

Systèmes et matériel de transport

Automobile.

Agent : A. McBride Tél. : (613) 993-5149

- Mission de représentants du transport public urbain de

San Francisco à Vancouver ou Toronto — Octobre 1992 — Produits reliés à la gestion des systèmes de transport public urbain.

• Sema/Big "1" Show — 3-6 novembre 1992 — Las Vegas. Pièces et accessoires destinés à des véhicules spéciaux et de haute performance.

• Mission de Detroit dans le domaine du transport public — Janvier 1993 — Toronto. La mission étudiera la technologie du gaz naturel comprimé au Canada.

• SAE (Society of Automotive Engineers) — Février 1993 — Detroit. Secteur du matériel automobile original.

• Mid-American Trucking Show — Mars 1993 — Louisville (Kentucky). Grande variété de pièces et d'accessoires pour camions, destinés aux secteurs du matériel original et des pièces de rechange.

• Missions d'acheteurs de Nouvelle-Angleterre dans le domaine du transport public — Mars 1993. Matériel, systèmes et technologie de transport public.

Systèmes de transport et matériel connexe

Bateaux de plaisance, de travail et accessoires

Agent : J.P. Petit Tél. : (613) 991-9482

• IMTEC (International Marine Trade Exhibit and Convention) — Première semaine d'octobre 1992 — Chicago. Bateaux de plaisance et accessoires marins.

• The Fort Lauderdale International Boat Show — 29 octobre - 2 novembre 1992. Bateaux de plaisance et accessoires marins.

• Mission d'acheteurs au Toronto International Boat Show — 10-19 janvier 1993 — Toronto. Bateaux de plaisance et accessoires marins.

• The Miami International Boat and Sailboat Show — 13-19 février 1993 — Miami. (Les dates précises seront déterminées plus tard au cours de l'année). Bateaux de plaisance et accessoires marins.

Salon des fournisseurs aux chemins de fer à Chicago

Chicago — Il reste quelques places au pavillon national du Canada au Railway Supply Association Exposition, qui se tiendra dans cette ville du 20 au 23 septembre 1992.

Le Canada a déjà participé à cet événement qui a lieu une fois tous les quatre ans. C'est le salon principal de chemins de fer aux États-Unis.

Les organisateurs disent que la

Railway Supply Association Exposition est un excellent salon pour les fabricants et les importateurs nationaux et internationaux de pièces, de matériel et de services car les entreprises qui participent à cette manifestation fournissent des produits et des services aux industries des chemins de fer et exploitent des chemins de fer partout dans le monde.

Pour se renseigner sur l'exposition et les coûts de participation, communiquer, le plus tôt possible, avec M. Alan D. McBride, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Téléphone: (613) 993-5149. Télécopieur : (613) 990-9119.

Entreprises recrutées pour participer à une exposition importante de pétrole et de gaz à Rio

Rio de Janeiro — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) recrute des sociétés pour participer au plus grand salon de l'industrie pétrolière en Amérique latine.

Rio Oil and Gas Expo'92, à laquelle AECEC organisera un pavillon national pour la troisième année consécutive, se tiendra du 18 au 23 octobre. Cette exposition pourrait également être l'élément principal d'une mission commerciale combinée à des activités reliées au pétrole qui auront lieu en Colombie et en Argentine autour de ces mêmes dates.*

En 1990, Rio Oil and Gas Expo (manifestation biennale) a attiré 25 000 visiteurs. Trois cent seize entreprises exposantes venaient de 31 pays. Cette année, le nombre de participants devrait être supérieur car Expo '92 coïncide avec les assemblées annuelles de l'Association latino-américaine des entreprises appartenant à l'État (ARPEL).

La participation à Rio Oil and Gas Expo permet aux sociétés d'exposer leurs produits et services dans ce secteur qui offre aux entreprises canadiennes des possibilités d'exportation.

Ces débouchés comprennent les systèmes de production en eaux profondes, la technologie de forage oblique et horizontale, la technologie relative aux pipelines, les systèmes SCADA, la technologie environnementale et les systèmes de logiciels.

Il existe aussi des possibilités dans le secteur croissant du gaz naturel au Brésil; elles comprennent notamment les services de consultation en matière de distribution, les usines de traitement, les compresseurs et les turbines, la transformation du gaz naturel pour véhicules, les instruments et les systèmes de logiciels.

L'un des parrains de l'événement, Petrobras, le conglomérat du pays dans les domaines du pétrole et du gaz, importe de plus en plus de la technologie de pointe.

Avec son nouveau réseau informatisé d'approvisionnement, chacun des bureaux de Petrobras peut dresser une liste de fournisseurs préqualifiés (extérieurs et intérieurs) et communiquer directement avec eux pour obtenir des offres. (Un bureau affilié à Houston (Texas) est chargé des achats de Petrobras à l'extérieur de l'Amérique du Nord).

* Si l'industrie canadienne manifeste de l'intérêt, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada envisage de participer au Colombian Petroleum Congress (13-16 octobre 1992) et à une

mission en Argentine (26-29 octobre 1992). Ces activités seraient entreprises dans le cadre d'une mission commerciale relative à Rio Oil and Gas Expo'92. Les entreprises qui s'intéressent à Rio Oil and Gas Expo ainsi qu'à la mission éventuelle qui s'y rapporte doivent s'adresser à M. Carlos Munante (tél. : 613-996-2268) ou à M. Sven Blake (tél. : 613-996-4199), Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles. Le numéro de télécopieur de ces deux personnes-ressources est le (613) 943-8806.

Foire commerciale de bétail et d'agriculture au Brésil

Porto Alegre — EXPOINTER, l'une des foires commerciales les plus importantes de bétail et d'agriculture en Amérique latine, aura lieu à Porto Alegre, dans l'État de Rio Grande do Sul, du 29 août au 6 septembre.

Pour la septième année consécutive, le Canada participera à EXPOINTER, à titre d'exposant institutionnel, avec un grand stand d'information. Ceci améliorera la réputation du Canada comme fournisseur de matériel génétique au marché brésilien du bétail qui occupe le deuxième rang dans le monde. Grâce au développement à long terme de la technologie et à son application de façon continue, le Canada est devenu l'un des meilleurs partenaires des éleveurs brésiliens.

En 1991, quinze entreprises et deux gouvernements provinciaux (Saskatchewan et Ontario) ont représenté le Canada à cette foire commerciale. Les ventes d'animaux de reproduction, de matériel génétique et de technologie d'insémination artificielle au Brésil ont augmenté au cours de la dernière décennie en raison de la forte présence du Canada sur le marché. En août 1991, on

prévoyait, pour la période de 1991-1992, des ventes de 2 M \$CAN. La plupart des entreprises qui ont participé au cours des années précédentes sont maintenant bien établies dans ce secteur, avec d'excellentes perspectives de ventes supplémentaires sur un marché croissant et dynamique.

Cette année, le Canada aura un pavillon réorganisé afin de mieux mettre en évidence les capacités et les activités de son secteur privé au Brésil. Par conséquent, outre le fait que les participants pourront utiliser les installations générales du pavillon, ils pourront exposer leurs produits et faire connaître leur entreprise plus efficacement.

Pour participer à EXPOINTER BRAZIL'92, communiquer avec le consulat général du Canada à Sao Paulo, au Brésil (télécopieur : (55-11) 251-5057), ou avec M. Sven Blake à la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, téléphone (613) 993-4199 ou télécopieur (613) 943-8806, le plus tôt possible afin de prendre les dispositions nécessaires. Les participants contribueront aux frais de participation.

PUBLICATIONS

«La qualité en action»

La manière de parler de la qualité dans un contexte d'entreprise et la façon de gagner l'assentiment intellectuel d'une société ou d'un particulier puis de les convaincre d'entreprendre des actions appropriées sont traitées dans *Quality in Action*, une publication que l'on peut obtenir à 34,95 \$ de John Wiley and Sons Canada Limited. Tél. : (416) 236-4433. Télécopieur : (416) 236-4448.

Offensive nord-sud

Plan de marketing 1992/93 donne en détail, dans un seul volume complet, les dates, les lieux et les personnes-ressources en ce qui concerne les foires et les missions commerciales ainsi que les manifestations reliées à l'exportation, axées sur les États-Unis, que la Direction générale de la promotion, du commerce, du tourisme et de l'investissement aux États-Unis d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada compte organiser entre le 1^{er} juin 1992 et le 31 mars 1993. Une liste partielle figure à la page 4. Il est possible de se procurer ce livret qui contient toutes les informations, en mentionnant le code #96UF, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page).

La technologie de pointe

Un Guide to International Trade Fairs and Missions: Advanced Technology Sector pour 1992-1993 énumère les activités financées par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) dans ce secteur, auxquelles le Ministère participera

officiellement. Les manifestations — reliées au matériel informatique et aux logiciels, aux communications, à l'électronique, à la télévision et à la radiodiffusion, à la géomatique, ainsi qu'aux secteurs multiples — sont énumérées selon les régions : États-Unis, Europe, Asie et Pacifique, Amérique latine et Antilles, Afrique et Moyen-Orient. Il est possible d'obtenir des exemplaires du guide ou d'autres renseignements sur les événements auprès de la Direction des technologies de pointe (TAE), Direction générale du marketing international, AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 944-0050.

Haute technologie aux Pays-Bas

Canada-Netherlands Overview: A High Tech Perspective décrit brièvement le marché et illustre les possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans divers secteurs de haute technologie.

Ceux-ci comprennent les télécommunications (acquisition de données et systèmes de contrôle); le matériel informatique (périphériques et matériel complémentaire d'OP); les logiciels (graphiques spéciaux, conception assistée par ordinateur (CAO) et gestion assistée par ordinateur (GAO), éditique); les systèmes d'information géographique (partenariat stratégique); et les instruments (automatisation industrielle, matériel électronique et de laboratoire, et applications de contrôle de procédés).

Les autres secteurs et débouchés sont notamment la défense (simulateurs,

véhicules téléguidés, sonar, systèmes de dragage de mines); l'aérospatiale (systèmes, composantes et pièces); et les produits électriques et électroniques (possiblement les composantes électromédicales et les composantes électroniques militaires).

En outre, des possibilités de projets conjoints existent dans les domaines des télécommunications, du traitement du langage et des images, des nouveaux systèmes de production, du transport et des systèmes de logistique.

Le rapport est disponible auprès de la Division commerciale, ambassade de Canada, B.P. 30820, 25 Parkstraat, 2500GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (011-31-70) 361-4111. Télécopieur : (011-31-70) 356-2823.

Le marché de l'informatique en Jamaïque

Une étude détaillée intitulée *Le marché des ordinateurs en Jamaïque* (71LF) indique qu'en 1990 la Jamaïque a importé du matériel informatique et d'autres machines de traitement des données pour une valeur de sept millions de dollars US. L'étude montre que les entreprises canadiennes pourraient accaparer une part accrue de ce marché - certainement supérieure aux parts de 1 % et de 4 % acquises au cours des cinq dernières années. L'on peut se procurer un exemplaire de l'étude, qui comprend une liste des distributeurs d'ordinateurs en Jamaïque et des renseignements sur les droits et les pratiques de douane, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page 8).

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service automatique des postes / Canada Post Corporation
Post paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 13

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires étrangères

15 juillet 1992

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Croissance du marché des services de sécurité en Belgique

En Belgique, le marché des services et du matériel de sécurité devrait croître à un taux de 5 %, d'après un rapport envoyé par l'ambassade du Canada à Bruxelles.

Selon l'étude de ce secteur, il existe deux marchés entièrement différents en Belgique en ce qui concerne le matériel de sécurité. L'un d'eux est un marché limité de produits non professionnels, bon marché, vendus principalement par l'intermédiaire de points de distribution indépendants et de commandes par correspondance au moyen de catalogues.

Le deuxième marché concerne les produits et services sophistiqués et fiables. Ce secteur est très susceptible de croître, car toutes les compagnies d'assurance

informent les cibles éventuelles de vols et d'entrées par effraction qu'elles ne seront assurées que lorsque du matériel approuvé, installé par des installateurs détenteurs d'une licence et couvert par un contrat d'entretien adéquat, sera en place.

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Marché agro-alimentaire au Japon et en Corée	4
Foires internationales	5-7
Calendrier et publications	8

Croissance du marché

Le rapport indique que la demande (les importations ont atteint un total de 360 millions \$ US en 1990) de systèmes de sécurité de très bonne qualité devrait augmenter pour les raisons suivantes :

- La Belgique est le siège de nombreux organismes internationaux et de multinationales;
- Le nombre d'entrées par effraction a augmenté d'environ 300 % au cours de la dernière décennie;
- On craint les activités terroristes;
- Les compagnies d'assurance n'acceptent d'assurer le vol de voiture que lorsque le véhicule est doté d'un système autorisé conforme aux règlements rigoureux. Actuellement, seuls 10 % des voitures sur le marché sont pourvues d'un système d'alarme.

Accès au marché

Les entreprises canadiennes qui veulent réussir à percer sur ce marché très ouvert — il n'existe pas de barrières importantes aux importations — devraient choisir un agent, un distributeur ou un installateur détenteur d'une licence, ou établir une filiale et entamer la procédure d'obtention d'une licence.

Ces sociétés doivent aussi faire approuver leur matériel par l'A.N.P.I., un laboratoire d'essai sans but lucratif, mis sur pied par l'Association des compagnies d'assurance de Belgique.

La concession de licences aux entreprises de matériel et de services de sécurité est régie par une loi. Celle-ci, adoptée en 1990, devrait être étudiée avec soin par les sociétés qui envisagent de s'établir en Belgique. Les demandes doivent être présentées au ministère de l'Intérieur.

Foires commerciales

Les entreprises canadiennes pourraient envisager de visiter un certain nombre de foires commerciales reliées à la sécurité

Suite à la page 4 — Sécurité en Belgique

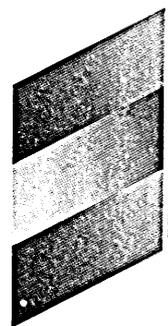
La Nouvelle-Zélande exige des certificats de salubrité pour les produits agro-alimentaires

Les services douaniers de la Nouvelle-Zélande ont publié la liste suivante de produits importés du Canada qui doivent être accompagnés d'un certificat de salubrité afin d'être libérés du contrôle douanier. Ce sont les suivants :

- Céréales pour petit déjeuner et Mueslis
- Céréales, farine et produits amylacés
- Céréales, grain entier
- Fromage
- Crustacés et mollusques
- Noix de coco séchée
- Noix comestibles
- Extraits de jus de viande, de poissons, de crustacés et de mollusques
- Poissons et produits à base de poisson
- Farines et moulées de graines ou de fruits oléagineux
- Cuisses de grenouilles congelées
- Fruits séchés, glacés, confits ou cristallisés
- Jus de fruits et de légumes
- Fruits, noix, pelure de fruits et autres parties des plantes
- Fines herbes, épices et poudre de cari

- Champignons et truffes, préparés ou conservés par des produits autres que le vinaigre et l'acide acétique
- Noix, arachides et autres graines
- Autres légumes préparés ou conservés par des produits autres que le vinaigre et l'acide acétique, non congelés
- Viande préparée ou conservée dans des conserves ou des bocaux hermétiques, à l'exception des préparations de sang
- Foies d'animaux préparés ou conservés
- Dinde préparée ou conservée
- Sauces et préparations à base de sauces
- Graines de sésame
- Huile de sésame
- Soupes, bouillons et préparations à base de soupes et de bouillons.

Pour d'autres renseignements, communiquer avec M. Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.



Canada

Le défi du commerce international se poursuit

Le métier de délégué commercial offre de nombreuses manières stimulantes de servir la communauté d'affaires canadienne. Diriger CanadExport pendant trois années fut l'une des plus stimulantes d'entre elles.

Avec une petite équipe dynamique, ce bulletin a été transformé en outil de travail pour les entreprises exportatrices. Ce que nous y publions doit répondre à un critère précis : « Cette information peut-elle aider un chef d'entreprise à prendre une meilleure décision en matière de commerce international. »

L'autre point que nous avons jugé essentiel est de fournir les noms et les numéros de téléphone des personnes capables d'aider les lecteurs sur chacun des sujets traités, que ce soit l'obtention d'un octroi, la participation à une foire ou la découverte d'un nouveau marché.

L'accueil enthousiaste que les lecteurs ont réservé à la nouvelle formule de CanadExport a été extrêmement gratifiant pour l'équipe qui le prépare. Cet accueil se mesure de plusieurs façons : le courrier direct, les demandes quotidiennes d'abonnement, la fureur des lecteurs qui craignent de perdre un numéro du bulletin parce que leur changement d'adresse n'a jamais été fait avec suffisamment de diligence. Mais c'est surtout l'utilisation quotidienne des numéros de téléphone et des contacts que nous fournissons pour participer d'une manière ou d'une autre au commerce international qui a été pour nous l'élément le plus déterminant pour évaluer notre travail.

Sous une nouvelle direction, CanadExport va continuer de mettre au service des entreprises le large éventail des connaissances et de l'expertise internationales disponibles dans ce ministère et dans nos postes à l'étranger.

De nouvelles formules se sont répandues au cours des dernières années pour préserver les parts de marché : le partenariat stratégique, les entreprises conjointes, les accords de production. La vocation d'excellence de ce bulletin l'amènera à suivre de près la manière de faire du commerce international.

Pour ma part, je retourne sur le terrain, à Barcelone, aider les entreprises canadiennes à percer et réussir sur le marché espagnol. Ce sera un grand plaisir et un privilège d'y servir les lecteurs de CanadExport.

René-François Désamoré
Rédacteur en chef

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
René-François Désamoré

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Le Prix des agents du service extérieur



M. Robert Turner, délégué commercial du Canada à Santiago (Chili), a reçu le Prix 1992 des agents du service extérieur pour ses efforts et ses accomplissements exceptionnels en faveur de l'accroissement du commerce et des investissements canadiens tant au Chili que dans toute l'Amérique latine.

Le bureau commercial de l'ambassade à Santiago compte, de façon constante, parmi les plus performants de la région.

M. Turner a réussi à établir des relations étroites entre 17 sociétés minières canadiennes et le secteur minier chilien. Il a aussi mis sur pied le Conseil commercial Canada-Chili, qui vise à resserrer les liens commerciaux entre les deux pays.

Citation pour CanadExport



Lors de la même cérémonie, M. René-François Désamoré, rédacteur en chef de CanadExport, a reçu une citation « pour avoir développé un bulletin d'information fort utile, destiné aux exportateurs canadiens ».

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

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

COSTA RICA — Le directeur du projet a communiqué avec l'ambassade du Canada afin de déterminer l'intérêt des entreprises canadiennes à participer à la planification, à la conception et à la construction d'une usine d'emballage de viande dans la région de San Carlos, qui connaît un développement rapide. L'usine sera destinée à transformer 48 000 boeufs de boucherie par an, et elle comprendra plus tard des installations de transformation des produits secondaires. On peut obtenir des renseignements sur la disponibilité des programmes canadiens qui visent à aider les exportateurs dans ce genre d'entreprise auprès des centres de commerce international (Industrie, Sciences et Technologie Canada) dans les grandes villes canadiennes. Il est possible que des fonds de l'Agence canadienne de développement international soient disponibles. Les sociétés canadiennes qui désirent discuter du projet ou se renseigner sur celui-ci doivent communiquer avec M. Rodrigo Alberto Carazo Z., Project Executive, Apartado 896 Centro Colon (1007), San Jose, Costa Rica. Tél./Télécopieur : 506-28-6149.

COSTA RICA — Une entreprise bien établie à San José recherche des investisseurs qui s'intéressent aux possibilités de participation au capital dans le cadre d'un projet de tourisme et de développement sur le littoral du Pacifique. Le projet comprend la construction d'une station estivale de haute qualité qui comportera des bungalows pour quatre personnes, un immeuble supplémentaire à un étage, des installations de casino, une piscine, un bar au bord de la piscine et des terrains de tennis. Communiquer avec M. Freddy Alvarado, Centram Enterprises Ltd., 408-2120, San Francisco, Goicoechea, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33 01 86. Télécopieur : (506) 23 91 51.

COSTA RICA — Un spécialiste de

l'assemblage de produits électroniques légers recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour effectuer l'assemblage à l'étranger et tirer parti des installations dans les zones franches commerciales de la région. L'entreprise possède une vaste expérience dans la production des dispositifs de sécurité, des PCB et des appareils électroniques grand public. Joindre avec M. Freddy Alvarado, Centram Enterprises Ltd., 408-2120, San Francisco, Goicoechea, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33 01 86. Télécopieur : (506) 23 91 51.

COSTA RICA — Un fabricant régional

de systèmes de transporteurs industriels et agricoles recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour fabriquer et distribuer des systèmes de transporteurs sur les marchés intérieurs et extérieurs. Actuellement, la société produit une vaste gamme de transporteurs, notamment des transporteurs à courroie motorisés, des systèmes de transport de grains et des transporteurs par gravité. Communiquer avec M. Freddy Alvarado, Centram Enterprises Ltd., 408-2120, San Francisco, Goicoechea, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 33 01 86. Télécopieur : (506) 23 91 51.

Débouchés dans le secteur agricole mexicain

Les changements dans le secteur agricole au Mexique offrent de nombreuses possibilités aux exportateurs canadiens qui désirent faire des affaires ou accroître leurs activités commerciales dans ce pays.

D'après l'ambassade du Canada à Mexico, les amendements apportés à la constitution de ce pays «ouvriront un nouveau chapitre dans l'agriculture mexicaine, créant de nombreuses possibilités d'investissement privé dans le secteur agricole, l'un des plus dynamiques dans l'économie du pays.»

Les tentatives du Mexique pour établir une perspective de développement agricole à long terme et adopter diverses formes de dérèglementation ont créé des possibilités d'investissement privé dans des domaines tels que la recherche et le développement, l'infrastructure, la production, la transformation et la commercialisation (transport, entreposage et marketing).

Selon l'ambassade, il existe, pour les entreprises canadiennes, de nombreuses possibilités d'investissement et de transfert de technologie dans les domaines de la production laitière, des aliments transformés, des céréales, de la volaille et de la foresterie. Dans ce contexte, l'ambassade a repéré plus de 60 projets d'entreprises conjointes dans

le secteur agricole.

Le gouvernement encourage les investissements étrangers dans des projets qui permettent d'augmenter les exportations. Il encourage les entreprises conjointes avec des complexes agro-industriels ou des fabricants mexicains, les projets de développement d'infrastructure ainsi que les projets dans les domaines de l'entreposage, du transport, de l'irrigation et des installations portuaires.

Le rapport indique également que le secteur agricole du Mexique est parmi les secteurs de l'économie mexicaine qui croissent le plus rapidement : il connaît une reprise régulière depuis 1989.

Le marché des produits alimentaires et des boissons est florissant. La consommation globale de ces produits a augmenté de 34 % entre 1989 et 1990, atteignant une valeur de 21 milliards \$ l'année dernière.

Pour de plus amples renseignements sur les débouchés commerciaux dans le secteur agricole au Mexique, communiquer avec M. Marcel Lebleu, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8804. Télécopieur : (613) 943-8806.

Croissance des marchés agro-alimentaires

... au Japon...

Le Japon, de loin le partenaire commercial d'outre-mer du Canada le plus important—le commerce bilatéral atteint environ 20 milliards \$—, occupe aussi le deuxième rang parmi les clients du Canada (après les États-Unis) en ce qui a trait aux produits agro-alimentaires.

En 1990, les produits agricoles ont représenté environ 20 % (1,6 milliard \$) des exportations canadiennes de 8,2 milliards \$ vers le Japon, ce qui a placé le Canada au 4^e rang comme fournisseur, avec 6,4 % de la part du marché. Le Japon est le marché le plus important en ce qui concerne le colza canola, le seigle et le sarrasin.

Le rapport intitulé *Japon - Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire* contient ces renseignements et d'autres encore. Pour en obtenir des exemplaires, voir le dernier paragraphe de cet article.

Selon le rapport, un certain nombre de facteurs — y compris la capacité moindre du Japon de faire concurrence dans le domaine de la production alimentaire, les prix exorbitants des terres agricoles, et l'exode des habitants des régions rurales vers les centres urbains — accéléreront l'accroissement de la demande de produits agricoles et alimentaires importés.

Toutefois, cela ne signifie pas qu'il sera facile d'augmenter la part du Canada sur ce marché. Le Japon continue à maintenir des mesures hautement protectrices et l'ensemble de sa politique agricole et alimentaire (traité dans ce rapport) est sujet à controverse.

Malgré cela, le rapport identifie les principaux secteurs de croissance au Japon pour ce qui est des exportations agro-alimentaires canadiennes. Ce sont les suivantes : les viandes (boeuf et porc); les céréales et les graines oléagineuses; les aliments transformés et les boissons; la luzerne déshydratée et le foin; et la zoogénétique.

Chacun de ces secteurs est ensuite analysé selon la croissance et la taille du

marché, les débouchés pour les entreprises canadiennes, l'analyse de la concurrence, les contraintes et les activités possibles (susceptibles d'augmenter les échanges commerciaux ou de réduire les obstacles au commerce).

Outre les graphiques, les diagrammes et les cartes, le rapport fournit un profil agricole et économique du Japon et énumère des personnes-ressources utiles.

On peut se procurer des exemplaires du rapport *Japon - Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire* auprès de l'éditeur, Direction générale du développement agro-alimentaire, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, immeuble C.D. Howe, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

...et en Corée

En 1990, le commerce global entre le Canada et la Corée a atteint un total de 3,8 milliards \$. La Corée connaît un excédent commercial dans ses échanges commerciaux avec le Canada; elle s'est hissée au sixième rang parmi les partenaires commerciaux de ce dernier.

Et cette tendance est susceptible de continuer; les gens d'affaires des deux pays conviennent qu'un objectif réaliste en ce qui concerne le commerce entre le Canada et la Corée est de 10 milliards \$ d'ici l'an 2000.

Le rapport intitulé *République de Corée - Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire* indique que les exportations canadiennes de produits agro-alimentaires à la Corée ont enregistré une croissance à deux chiffres, atteignant 155,7 millions \$ en 1990. En outre, le pays est considéré comme un marché ciblé par les organismes agro-alimentaires canadiens qui participent au développement et à la promotion des marchés pour ce qui est du grain fourrager, du colza canola, des produits à base de luzerne, du boeuf et de la génétique des porcins.

On analyse huit secteurs précis qui offrent des débouchés éventuels aux exportateurs canadiens : le cuir brut et les peaux, le grain, les graines oléagineuses et les produits connexes; la luzerne déshydratée; le boeuf; la génétique des porcins; le porc; et la génétique des bovins laitiers.

Chacun de ces secteurs est ensuite étudié

sur le plan de la croissance et de la taille du marché, des débouchés pour les entreprises canadiennes, de l'analyse de la concurrence, des contraintes et des activités possibles (mesures de rectification).

Pour se procurer ce rapport, Direction générale du développement agro-alimentaire, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, 1^{er} étage ouest, immeuble C.D. Howe, 240, rue Sparks, Ottawa K1A 0C5. Tél. : (613) 993-6671. Télécopieur : (613) 995-0949.

Sécurité en Belgique

(Suite de la première page)

ou d'y participer, en Belgique. En voici quelques-unes : SECURA (exposition internationale de la sécurité), qui a lieu chaque avril à Bruxelles; INTERELEC (foire commerciale de produits électroniques professionnels), qui se tient tous les deux ans à Ghent; et EUROTTECH (foire commerciale de matériel industriel), qui a lieu tous les deux ans en mai, à Bruxelles.

Il est possible d'obtenir d'autres renseignements sur le marché des services et du matériel de sécurité en Belgique auprès de Mme Elizabeth Golberg, deuxième secrétaire (service commercial), ambassade du Canada, 2, avenue de Lervuren, 1040 Bruxelles, Belgique. Télécopieur : (011-32-2) 735-3383.

Exposition de télécommunications en Colombie-Britannique

Vancouver — La moitié des stands commerciaux ont déjà été réservés, mais il reste encore des places, sur la base du premier arrivé, premier servi, pour les entreprises de télécommunications désirent participer à une manifestation qui permet de réaliser des ventes pouvant atteindre 62 millions \$. Les représentants des sociétés pourront également assister à des conférences, des exposés et des colloques qui auront lieu pendant la même période et qui leur permettront de se mettre au courant des faits nouveaux sur le marché mondial des télécommunications d'une valeur de 500 milliards \$.

INTER COMM 93, the Global Telecommunications Congress & Exhibition (congrès et exposition mondiaux des télécommunications), se tiendra du 22 au 25 février à Vancouver (Colombie-Britannique) et dépassera de loin la manifestation inaugurale de 1990.

On s'attend à ce qu'**INTER COMM 93** attire plus de 200 grands fabricants et fournisseurs de services dans le domaine des télécommunications et plus de 7 000 acheteurs venant de plus de 50 pays. Le congrès comptera 150 conférenciers au cours de 40 séances.

On mettra l'accent sur une vaste gamme de domaines, notamment la bande large, les communications commerciales, la messagerie électronique, l'ingénierie et la consultation, les systèmes de communications personnalisés, la commutation, la téléconférence et la transmission (fibre, électro-optique).

Les entreprises canadiennes qui désirent participer à cette manifestation ou obtenir de plus amples renseignements sur **INTER COMM 93**, l'événement international principal dans le domaine des télécommunications au Canada, doivent prendre contact avec Will Fong, directeur de projet, **INTER COMM 93**, 500-1190, rue Melville, Vancouver V6E3W1. Tél. : (604) 669-1090. Télécopieur : (604) 682-5703.

On distribuera votre documentation : ...à Bâle (technologie des communications...)

Bâle — Les sociétés canadiennes spécialisées dans le matériel, les logiciels et les périphériques informatiques sont invitées à envoyer de la documentation et des bandes vidéo sur leur entreprise pour qu'elles soient exposées au stand d'information d'**AECEC** (tenu par des employés de l'ambassade du Canada à Berne) à **Orbit 92**, qui se tiendra à Bâle du 8 au 12 septembre.

Orbit, l'exposition d'information sur la technologie des communications, de l'organisation de bureau et de l'informa-

tion, est la foire commerciale nationale de technologie de l'information la plus grande dans la partie germanique de la Suisse.

Les entreprises intéressées devraient envoyer 10 exemplaires de la documentation et des bandes vidéo — celles-ci doivent parvenir à destination avant le 20 août — sur leurs produits à Paul Connors, service commercial, ambassade du Canada, B.P. CH-3000, Berne 6, Suisse. Tél. : 011-41-31-44-63-81. Télécopieur : 011-41-31-44-73-15.

...en Grande-Bretagne (aéronautique) ... et

Farnborough — Les entreprises sont invitées à exposer de la documentation sur leurs produits au stand d'information qu'**AECEC** tiendra dans le cadre du pavillon de l'industrie canadienne à la **Farnborough International Aerospace Exhibition**, qui aura lieu du 6 au 13 septembre 1992.

La participation de l'industrie canadienne est favorisée par l'industrie privée grâce à la collaboration de l'Association des industries aérospatiales du Canada.

La manifestation de Farnborough se tient tous les 2 ans — en alternance avec le **Salon de l'aéronautique de Paris** — et, ayant lieu depuis plus de 40 ans, elle

est l'un des salons de l'aérospatiale et de la défense les plus importants du monde.

Au salon de cette année, les entreprises participantes pourront montrer leurs produits à plus de 350 000 visiteurs.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou envoyer de la documentation (celle-ci doit nous parvenir d'ici le 7 août 1992), communiquer avec Louise Cameron, Foires et missions commerciales - Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-3607. Télécopieur : (613) 995-6319.

...encore à Bâle (environnement)

Bâle — On demande aux sociétés canadiennes spécialisées dans le matériel, les services et la technologie dans le domaine de l'environnement d'exposer gratuitement de la documentation sur leurs produits au salon qui se tiendra dans cette ville du 6 au 9 octobre 1992. Le personnel de l'ambassade du Canada à Berne s'occupera du stand d'information à **M.U.T.'92**, exposition européenne de technologie environnementale et congrès international sur la technologie et la recherche environnementales.

M.U.T. remplace Pro-Aqua-Pro Vita, foire environnementale limitée au trai-

tement de l'eau qui avait lieu tous les trois ans depuis 1958. **M.U.T.**, qui se tient aussi tous les trois ans, comprend tous les secteurs du matériel et des services environnementaux. Les entreprises qui désirent participer à **M.U.T.'92** devraient envoyer — le colis doit arriver à l'ambassade le 25 septembre au plus tard — 25 exemplaires de leurs brochures (et cartes d'affaires) à l'ambassade du Canada, service commercial, B.P. Ch-3000, Berne 6, Suisse.

Prière d'indiquer sur les colis que **Berne est la destination finale.**

Un salon de matériel de spécialité pour automobiles aux États-Unis recrute des participants

Las Vegas — Des places pour un nombre maximal de 14 entreprises canadiennes ont été allouées au pavillon national d'AECEC à SEMA/AI, qui se tiendra dans cette ville du 3 au 6 novembre 1992.

SEMA/AI (Specialty Equipment Manufacturers Association/Auto International Association Show) est un salon excellent pour les fabricants intérieurs et internationaux et pour les importateurs de pièces et d'accessoires pour véhicules de spécialité et à haute performance, camions légers et automobiles.

L'année dernière — le Canada a déjà participé 8 fois à SEMA —, les exposants canadiens ont prévu des ventes dépassant 6 millions \$. Les participants sont notamment des distributeurs d'entrepôts, magasins à succursales, des

grossistes et des détaillants, des spécialistes de services et de réparations, des concessionnaires d'automobiles, des marchands de pneus et des spécialistes de remise à neuf des pneus, des concepteurs, des ingénieurs et du personnel de marketing. Ils appartiennent à des entreprises de fabricants américains principaux et de fabricants étrangers d'automobiles établis aux États-Unis.

Cette année, dans le cadre de l'Automotive Aftermarket Industry Week, SEMA sera soutenu par le U.S. Department of Commerce Foreign Buyers Program — ce qui signifie qu'un nombre supérieur d'acheteurs étrangers visiteront le salon.

Les entreprises qui désirent participer à SEMA '92 ou obtenir de plus amples renseignements (y compris les frais de participation) sur le salon doivent communiquer, le plus tôt possible, avec Alan D. McBride, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél.: (613) 993-5149. Télécopieur: (613) 990-9119.

La Corée accueillera sa plus grande exposition

SEOUL — SIIRA '92, l'exposition la plus grande et la plus globale de Corée qui se tiendra pour la sixième année et attirera des acheteurs du monde entier désirant acquérir les produits les plus récents, aura lieu du 29 septembre au 5 octobre.

Les organisateurs disent que SIIRA (The Seoul International Trade Fair) fournira aux entreprises canadiennes une excellente possibilité de se faire connaître sur l'un des marchés les plus importants d'Asie.

En 1990, SIIRA a attiré 435 exposants, y compris 183 de l'étranger. Plus de 3 100 acheteurs ont négocié des ventes d'environ 550 millions \$ US.

Pour d'autres informations sur la façon dont votre entreprise peut exposer, communiquer avec le Korea Trade Centre, 65, rue Queen ouest, bureau 600, Toronto M5H 2M5. Tél.: (416) 368-3399. Télécopieur: (416) 368-2893; ou avec le Korea Trade Centre, One Bentall Center, 505, rue Burrard, bureau 1710, Vancouver V7X 1M6. Tél.: (604) 683-1820. Télécopieur: (604) 687-6249.

CanadExport
interrompt ses activités
pour la période
estivale.

Le prochain numéro
de **CanadExport**
sera publié
le 1^{er} septembre 1992.

Numéro à noter

Le nouveau numéro de télécopieur de l'ambassade du Canada à Quito, Équateur est le (011-593-2) 503-108.

Foires commerciales internationales

Voici un certain nombre de foires commerciales internationales qui pourraient intéresser des entreprises canadiennes, mais auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne participera peut-être pas directement, cet automne :

Septième foire internationale d'Izmir — 26 août - 10 septembre 1990 — Izmir (Turquie). Communiquer avec IZFAS, Sair Esref Bulvari 50, 35230 Kulturpark, Izmir, Turquie. Télécopieur: (90-51) 25 43 42. Télex: 52174 fair tr.

Exposition internationale de la technologie de l'alimentation (FIDIA '92) — 8-14 septembre 1992 — Buenos Aires. Communiquer avec Rodolfo Rodriguez, ministre conseiller, ambassade d'Argentine, 151, rue Slater, bureau 400, Ottawa K1P 5H3. Télécopieur: (613) 563-7925.

Marché et congrès du transport maritime international et de la technologie marine (SMM '92) — 29 septembre - 3 octobre 1992 — Hambourg (Allemagne). Ces manifestations porteront sur les développements les plus récents dans les domaines de la construction de navires, de la technologie d'exploitation de navires, de la technologie marine et du matériel portuaire. On prévoit que le nombre de visiteurs commerciaux et d'acheteurs atteindra 30 000, venant de 50 pays. Communiquer avec Lorraine Reardon, AECEC, télécopieur: (613) 995-6319; ou avec Erika Gothe, Chambre canadienne allemande de l'industrie et du commerce, Montréal. Tél.: (514) 844-3051. Télécopieur: (514) 844-1473.

CONSTRUCTECNIA '92 / SUBCONTRATA International '92 / Transportec '92 — 20-29 novembre 1992 — Lima (Pérou). Trois foires spécialisées dans les domaines suivants: les machines, l'équipement et le matériel de construction; la sous-traitance industrielle; et le transport (y compris l'automobile, l'aviation et la navigation). Communiquer avec Juana Kanna, coordonnatrice. Télex: 25504 PEFERIA. Télécopieur: (5114) 523-907.

Foire commerciale d'ingénierie en Inde : importante attraction

New Delhi — Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada recrute des entreprises canadiennes pour la participation à la 10^e Indian Engineering Trade Fair (IETF) (10^e foire commerciale d'ingénierie de l'Inde), qui se tiendra du 14 au 21 février 1993 à Pragati Maidan, New Delhi.

Organisée tous les deux ans depuis 1975 par la Confederation of Indian Industry, l'IETF attire jusqu'à 600 exposants de pays développés dans le monde entier.

C'est le lieu idéal pour rechercher un partenaire de «collaboration industrielle», trouver un agent (des agents sont nécessaires pour vendre sur le marché indien), rencontrer des clients éventuels et des décideurs gouvernementaux à Delhi.

Pour les participants canadiens, l'IETF, alliée à des séminaires, des conférences

et des ateliers, offre les meilleures possibilités dans les secteurs suivants :

- le secteur des finances et des services commerciaux;
- les produits et services dans le domaine du pétrole et du gaz;
- le matériel et les services relatifs à l'électricité et à l'énergie;
- l'informatique et les produits électroniques; et
- les machines industrielles principales et secondaires et les machines spéciales.

Les entreprises canadiennes oeuvrant dans ces secteurs et qui désirent participer à l'IETF ou qui veulent obtenir des informations sur cette foire commerciale devraient prendre contact avec R. Grison, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 992-0952. Télécopieur : (613) 996-4309.

BUREAU DE L'AMBASSADE EN ESTONIE

L'adresse du bureau de l'ambassade à Tallin (Estonie) est la suivante : Bureau de l'ambassade du Canada, Toom Kooli 13 - 2^e étage, EE 0001 Tallin, Estonie. Les numéros de téléphone sont le (7-0142) 449-056 (local) ou le (358) 298 103 (par la Finlande). Le numéro de télécopieur est le (358) 298104 (par la Finlande).

Marchés de la haute technologie aux Pays-Bas

Pendant les neuf premiers mois de 1991, les exportations canadiennes aux Pays-Bas ont atteint un total de 1,3 milliard \$, ce qui représente, pour le Canada, un excédent commercial d'environ 850 millions \$.

La plupart des exportations canadiennes ont été des matières premières, mais, de plus en plus, la tendance est à l'exportation de produits finis, notamment des ordinateurs, de l'équipement de bureau, des machines et du matériel de haute technologie.

On a reçu, de l'ambassade du Canada à La Haye, des rapports et des aperçus sur les différents marchés de technologie aux Pays-Bas ainsi que sur les débouchés potentiels sur ces marchés.

Il est possible de se procurer des exemplaires des rapports complets auprès du service commercial, ambassade du Canada, B.P. 30820, 25 Parkstraat, 2500 GV La Haye, Pays-Bas. Tél. : (011-31-70) 361-4111. Télécopieur : (011-31-70) 356-2823.

Événements à Leipzig

23-25 août — Foire de la mode de Leipzig

3-7 septembre 1992 — URBANIA - Foire commerciale des services municipaux : Matériel pour établissements municipaux, systèmes d'information relative à la circulation, matériel et services de nettoyage et d'élimination des ordures.

3-7 septembre 1992 — BUGRA - Foire commerciale de l'imprimerie et de l'emballage : Machines à imprimer, matériel de reliure et d'emballage, services de consultation.

3-7 septembre 1992 — BIK'92 - Foire commerciale des techniques de bureau et de communication : Ordinateurs personnels, postes de travail, systèmes de télécommunications de bureau, systèmes de classement et d'accès à l'information.

16-19 septembre 1992 — TGA - Troisième exposition internationale de matériel technique dans les bâtiments.

30 octobre - 4 novembre 1992 — MEBA - Foire commerciale de métallurgie : Systèmes de fabrication, machines-outils pour couper le métal, logiciels, robots industriels, produits électroniques, appareils de contrôle.

30 octobre - 4 novembre 1992 — Foire commerciale dans le domaine de la construction : Chimie de la construction et protection des bâtiments, machines et outils de construction, toits, murs, façades, installations sanitaires et de chauffage.

3-8 décembre 1992 — Foire commerciale de tourisme et de camping

Les personnes qui désirent obtenir des renseignements supplémentaires sur ces manifestations doivent communiquer avec Carlos Pechtel De Avila, Agent général pour le Canada, Leipzig Fair Canada Office, 11231, avenue Jasper, Edmonton (Alberta) T5K 0L5. Tél. : (403) 482-3427. Télex : 037-2991. Télécopieur : (403) 488-0350. Numéro sans frais : 1-800-661-2221.

AU CALENDRIER

Toronto — 18-19 septembre — «Sri Lanka 92: Gateway to the Developing World» est une exposition commerciale de 2 jours qui visera, entre autres, à promouvoir le commerce bilatéral entre le Sri Lanka et le Canada. Le nombre maximal de participants sera de 50. Pour s'inscrire ou obtenir des renseignements sur le coût et la taille du stand, communiquer avec le Canada-Sri Lanka Business Council, 30A, avenue Hazelton, Toronto M5R 2E2. Tél. : (416) 849-1214. Télécopieur : (416) 849-4823.

Toronto — 20-22 septembre — Des exposants représentant tous les secteurs de l'industrie feront la promotion de leurs produits au Canadian Seafood and Frozen Food Show. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Ralph Weil, Meteor Show Productions, Toronto. Tél. : (416) 229-2060. Télécopieur : (416) 223-2826.

Vancouver — 22-24 septembre — La façon dont l'industrie forestière se réorganisera pour être concurrentielle sur les marchés mondiaux pendant les 20 prochaines années est l'un des thèmes de la **Forest Summit Conference 1992**. Outre les ateliers, trois documents importants seront présentés : «Tendances de l'offre et de la demande de fibre à l'échelle mondiale»; «La technologie et les industries forestières fondées sur la connaissance de l'avenir»; et «Un aperçu du secteur forestier au Canada en 2010». Pour s'inscrire ou obtenir d'autres informations, communiquer avec Paddy O'Reilly, directrice de conférence. Télécopieur : (604) 688-1573.

Les autres manifestations reliées à la foresterie sont notamment **Demo 92**, une exposition de matériel et de machines

pour l'abattage des arbres, Kelowna, 17-20 septembre, télécopieur : 604-666-2353; **Wood Expo 92**, une exposition de produits, de services, de matériel et de technologie de pointe dans le domaine de la foresterie, Vancouver, 23-25 septem-

bre, télécopieur : 604-433-9549; et **EXFOR-West**, une exposition de matériel et de machines d'avant-garde dans le domaine des pâtes et papiers, Vancouver, télécopieur : 604-433-9549.

PUBLICATIONS

Le marché des produits chimiques connaît une croissance au Guatemala

Les fournisseurs canadiens prêts à nommer des représentants locaux pourraient accaparer une part de l'une des principales importations du Guatemala : les produits chimiques. C'est ce qu'indique *Chemical Market Survey - Guatemala* (#65LF), un rapport récemment établi par l'ambassade du Canada dans la ville de Guatemala.

Au cours des quatre dernières années, la valeur des produits chimiques importés par le Guatemala a été d'au moins 262 millions \$ US. En 1991, la valeur des produits chimiques importés a atteint un record de 315 millions \$; pourtant, les fournisseurs canadiens n'ont capturé qu'un très faible pourcentage du marché, ce qui indique qu'il existe "un potentiel considérable de croissance. En outre, les produits chimiques que le Guatemala importe de plus en plus sont disponibles au Canada. Ils comprennent des produits utilisés dans les engrais, la transformation des aliments, le sucre, le savon, les détergents, les produits de beauté, la peinture, ainsi que les industries du textile et de traitement de l'eau — tous ces produits sont décrits dans l'étude.

On peut se procurer des exemplaires du

rapport, qui fournit aussi des renseignements sur les droits de douane, l'expédition, les agents et les distributeurs, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Pour de plus amples renseignements sur les marchés du Guatemala ou d'autres marchés d'Amérique centrale, communiquer avec T.A. Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-8742. Télécopieur : (613) 943-8806.

Arab Agricultural Directory

Les entreprises agricoles canadiennes qui veulent se faire connaître dans le monde arabe sont invitées à acheter de l'espace publicitaire dans un répertoire clé : *l'Arab Agricultural Directory 1993*. Ce répertoire complet, en arabe et en anglais, est publié par The Arab Agricultural Engineers Union, un groupe qui compte maintenant plus de 150 000 ingénieurs agricoles arabes. Pour se renseigner sur le répertoire, prendre contact avec M. Omar Hajzoug, VP Marketing, C & O Network Trading Inc., 205, rue Dalhousie, Ottawa K1N 7C9. Tél./télécopieur : (613) 746-6780.

InfoExport

InfoExport est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec InfoExport au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 993-6435).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non-livraison à :
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation

Port paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 14

1^{er} septembre 1992

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Le PDME : Maintenant plus sélectif ... et plus efficace!

Par Sylvie Bédard, rédacteur en chef

Afin d'aider les Canadiens à exporter avec plus de succès leurs produits et services, le gouvernement fédéral a apporté des modifications importantes au PDME, programme bien connu.

La plupart des lecteurs connaissent le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et se sont probablement prévalus de l'aide de celui-ci à un moment ou à un autre. Au cours des derniers mois, on a apporté à ce programme, considéré souvent comme la pierre angulaire de l'aide fournie par le gouvernement fédéral aux exportateurs canadiens, des modi-

fications importantes, et ce, afin d'en faire un soutien plus sélectif et efficace fourni au commerce d'exportation.

Voici les traits saillants du «nouveau» PDME :

Le premier changement, c'est qu'à compter de maintenant, toutes les activités proposées devront être accompagnées d'un plan de marketing documenté.

Divers éléments du programme ont aussi été modifiés :

Foires commerciales/visites/ accords de marketing

Ce qui est nouveau, c'est l'établissement d'un concept de seuil : la préfé-

rence sera accordée aux propositions d'entreprises qui réalisent des ventes annuelles de plus de 250 000 \$ et de moins de 50 millions de dollars. Les autres critères relatifs à ces activités demeurent dans l'ensemble inchangés. C'est de loin l'élément le plus souvent utilisé du programme : 80 p. 100 des fonds approuvés sont destinés à des foires commerciales et à des visites, et cela relève entièrement des centres de commerce international régionaux.

Soumissions dans le cadre de projets

Les nouvelles caractéristiques sont que la préférence sera accordée aux requérants dont les entreprises réalisent des ventes annuelles minimales d'un million de dollars; dorénavant, il existe un montant de soumission minimal d'un million de dollars; la contribution financière minimale du PDME est de 25 000 \$, alors que la contribution maximale est de 250 000 \$. En outre, l'approbation des projets sera maintenant effectuée par un comité composé de membres d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Les activités spéciales

Il y a des changements clés : l'approbation des projets devra être effectuée par le conseil d'administration de l'association; la contribution minimale est de 15 000 \$ et la contribution maximale de 100 000 \$; une seule demande par

(Voir page 2 — PDME)

En Floride, des attractions offrent des marchés d'exportation

Des possibilités commerciales peuvent surgir dans les endroits les plus imprévus — tels que les endroits suivants qui devraient s'avérer très attrayants pour certains exportateurs canadiens.

Dans la région centrale de Floride, plusieurs attractions touristiques ont indiqué qu'elles étaient très disposées à acheter des produits canadiens. Voici un résumé :

• Les attractions Walt Disney :

Les parcs, dont les responsables administrent Disneyworld et EPCOT Center, sont situés dans la banlieue d'Orlando et comprennent de nombreux magasins d'articles cadeaux qui vendent divers produits.

Ce qui est particulièrement intéressant pour les fournisseurs canadiens d'articles cadeaux et de souvenirs «Canadiana», c'est le pavillon canadien à EPCOT. C'est un magasin à deux étapes; le «comptoir commercial» vend des produits associés au Canada «rustique» et la «Boutique of the Provinces» des vêtements plus contem-

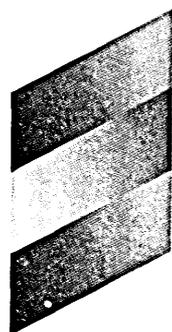
porains, des souvenirs, des objets d'art et des objets artisanaux.

Au comptoir commercial, les produits sont notamment de la bijouterie à motif indien, des T-shirts, des sculptures Inuit ainsi que des objets d'art et des objets artisanaux. La Boutique vend des sculptures en cuir, des poupées pour collectionneurs, des vêtements et de la poterie. Dans les deux magasins, les prix arrondis vont de quelques centaines de dollars jusqu'à plusieurs centaines de dollars au détail.

À EPCOT, les acheteurs envisageront de nouvelles gammes de marchandises — si celles-ci satisfont aux normes de qualités et aux thèmes, tout en s'inscrivant dans les marges bénéficiaires de Disney.

Les entreprises qui désirent obtenir de plus amples détails ou qui veulent explorer les possibilités de vente à EPCOT doivent envoyer des photographies ou des catalogues, des descriptions de produits, ainsi que des listes de prix (en

(Voir page 2 —
Floride)



DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires d'El Salvador à Zurich ..	4-6
Débouchés en Jordanie	7
Calendrier et publications	8

Canada

Le PDME : Maintenant plus sélectif ... et plus efficace !

(Suite de la première page.)

année financière sera maintenant permise; le remboursement maximal des coûts approuvés admissibles sera de 50 p. 100; et, comme c'est le cas pour les soumissions dans le cadre de projets, l'approbation sera effectuée par le comité.

N.B. Deux anciens éléments du programme, Bureaux de ventes permanentes à l'étranger et Commercialisation innovatrice sont temporairement suspendus jusqu'à l'examen des sources

de financement.

Des 18,3 millions de dollars du budget alloué au PDME pour l'année financière courante, 3,9 millions ont été engagés à l'égard de 594 projets approuvés pendant le premier trimestre de l'année, sur 934 demandes. Autrement dit, il est possible d'obtenir de l'aide si l'on a pris toutes les autres dispositions nécessaires et élaboré une proposition bien conçue et documentée!

Pour de plus amples renseignements, demander le nouveau livret sur le PDME

(recycler les vieux livrets!) auprès du centre de commerce international régional le plus proche, dont les responsables occupent les mêmes bureaux que ceux d'Industrie, Sciences et Technologie, ou auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 8).

Le Mexique élimine des exigences

Le Mexique a éliminé une exigence mexicaine selon laquelle tous les certificats sanitaires d'exportation de bétail doivent être «consularisés» (c'est-à-dire estampillés à un consulat du Mexique au Canada) avant l'expédition vers ce pays.

Cette exigence avait imposé des contraintes sur les plans temporel et financier, surtout que bon nombre d'exportateurs de bétail au Mexique ne disposaient que de 30 jours ou moins avant l'expiration de leurs documents sanitaires. En fait, la procédure était considérée comme une exigence désagréable des Douanes, sans aucun rapport avec les questions sanitaires.

La même exigence, relative à l'expédition au Mexique de poisson et de produits alimentaires, sera bientôt peut-être éliminée, comme l'a fait savoir un agent de la santé mexicain à l'ambassade du Canada à Mexico.

Toutefois, à l'heure actuelle, on rappelle aux exportateurs que l'exigence demeure en vigueur en ce qui concerne l'expédition de poisson et de produits alimentaires au Mexique. Pour d'autres informations sur les exigences concernant l'exportation de bétail, de poisson et de produits alimentaires au Mexique, communiquer avec Trevor Wiebe, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5359. Télécopieur : (613) 943-8806.

La Floride (Suite de la première page.)

dollars U.S.) à Nancy Sutton Scott, Merchandise Buyer, EPCOT Center, Box 1000, Lake Buena Vista, Florida 32830, United States.

N'envoyez aucun échantillon et ne téléphonez pas. M^{me} Sutton Scott ou sa collègue M^{me} Nancy Churchill prendra contact avec vous s'il y a lieu.

• Les studios Universal :

À Universal, le service des achats est disposé à recevoir des offres pour des centaines de produits, allant de la quincaillerie (outils, clous, peintures, boulonnerie) aux machines en passant par les meubles de cuisine, les assiettes et les tasses en papier.

On s'intéresse particulièrement aux imprimeurs canadiens qui sont en mesure de fournir des millions d'exemplaires de brochures contenant

six couleurs, des plis spéciaux et d'autres effets spéciaux. L'agent d'achat d'Universal souhaite que les entreprises canadiennes qui veulent vendre à son entreprise ou être placées sur la liste de correspondants pour les soumissions ou les appels d'offres prennent contact avec lui.

La personne-ressource est la suivante : Christopher Martin, Sr., Universal Purchasing Manager, 1000 Universal Studios Plaza, Orlando, Florida 32819, United States.

Pour obtenir d'autres informations sur le marketing en Floride, communiquer avec le Consulat Général du Canada, Suite 400 South Tower, One CNN Center, Atlanta, Georgia 30303-2705, USA. Tél. : (404) 577-6810. Télécopieur : (404) 524-5046.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

INDE — L'un des principaux fabricants de matériel de manutention de matériaux à New Delhi recherche de la nouvelle technologie pour la fabrication de ce matériel. L'entreprise recherche surtout de la collaboration technique appropriée pour fabriquer des transporteurs/systèmes (devant être utilisés en surface et sous terre), des broyeurs à grand rendement et grande capacité (cylindres simples et doubles, foulons à maillets, concasseurs à

percussion, granulateurs à rotor, concasseurs à mâchoires), des pompes à turbine verticale (eaux usées/boues, submersibles, pour produits chimiques, pompes à douille fendue horizontale et pompes à garniture de caoutchouc), ainsi que des distributeurs électromagnétiques et électromécaniques. Communiquer avec K.K. Mohan Sharma, Vice-President, Hyderabad Industries Limited, Sanatnagar, Hyderabad-500 018, India. Télécopieur : 0842-261227.

KOWEÏT — Le service des achats du Kuwait Institute for Scientific Research, qui désire mettre à jour sa bibliothèque, recherche les plus récents catalogues et brochures de produits de laboratoire et scientifiques. Le matériel recherché en particulier porte sur la technologie du gaz et du pétrole, le matériel météorologique, le matériel et les fournitures de pisciculture, les produits chimiques et les réactifs, ainsi que le matériel agricole. Les fournisseurs de ces catalogues peuvent réorienter le matériel par l'intermédiaire d'agents locaux, s'ils en ont, ou l'envoyer directement à l'adresse suivante : Purchasing and Store Manager, Kuwait Institute for Scientific Research, P.O. Box 24885 Safat, 13109 Safat, Kuwait. Télécopieur : 4846934/4834090.

MEXIQUE — Une entreprise d'importation et d'exportation peut offrir à

des sociétés canadiennes des services relatifs à la consultation, aux droits de douane, à la loi sur les douanes, à la façon de trouver des acheteurs et des vendeurs et à la fourniture d'études de marché. Communiquer avec Pedro P. Segura, Latin American Division, Bufete Internacional de Intercambio, S.A. de C.V., Descartes 55, Col. Anzures, Mexico 11590, D.F., Mexico. Télécopieur : (525) 254-2553.

MEXIQUE — Une compagnie désire importer des pièces d'automobiles du Canada ou représenter des fabricants de ces pièces. Communiquer avec

Alejandro Galindo Munoz, San Francisco 340-201, Col Del Valle, 03100 Mexico, D.F. Tél. : (525) 687-9248.

MEXIQUE — Un fabricant et importateur de produits médicaux désire importer les produits suivants du Canada : isotopes radioactifs et leurs composés, produits pour soins de santé, médicaments, produits de diagnostic et produits biologiques. La société s'intéresse également à l'échange de technologie et aux entreprises conjointes. Communiquer avec Dr. Eduardo Larrea, Commercial Coordinator, ProbiFasa, S.A. de C.V., Mexico Tacuba n° 1419 Col. Nva. Argentina, Del. Miguel Hidalgo, 11230 Mexico, D.F. Tél. : 3-99-56-44. Télécopieur : 5-27-05-27.

NIGÉRIA — Le gouvernement de l'État de Cross River au Nigéria recherche des compagnies canadiennes disposées à établir des entreprises conjointes dans les domaines suivants : l'industrie des pâtes et papiers, l'industrie du ciment, l'industrie des boissons gazeuses, la brasserie et le commerce de voitures canadiennes neuves et d'occasion. Cet État du Nigéria a été déclaré comme zone franche à l'exportation et toute société qui veut faire des affaires avec cet État profitera de l'exemption fiscale à l'exportation. Communiquer avec Patrick Ottoh, Yakurr Associates, P.O.

Box 92, Yakurr L-G-A, UGEB, Cross River State, Nigeria.

TAIWAN — Une firme taïwanaise bien connue recherche un partenaire pour le transfert de technologie et veut devenir un agent d'importation exclusif de fabricants de produits tels les servomoteurs, les moteurs pas à pas, les contrôleurs industriels, le matériel de stationnement d'automobiles, les robots industriels et les systèmes d'alimentation automatique en granules. Communiquer avec Cindy Huang, Manager, Far East Trade Service Inc. (Taiwan Trade Centre), Place

Montréal Trust, 1800, avenue McGill College, bureau 2108, Montréal H3A

3J6. Tél. : (514) 844-8909. Télécopieur : (514) 844-9246.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une firme de soins dentaires désire importer du matériel dentaire, effectuer des travaux d'obturation au vaporisateur pour d'autres entreprises, se faire représenter à l'étranger et conclure un accord éventuel d'entreprise conjointe. La société produit également des produits utilisés dans les domaines pharmaceutiques, vétérinaires et cosmétiques. Communiquer avec Rudolf Blabolil, directeur du marketing, Dental s.p., Povltavska 4, 18000 Prague 8, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 2) 683 1581-3. Télécopieur : (0042 2) 826442.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Le Research Institute of Medical Engineering est intéressé à la mise au point ou à la fabrication conjointe de matériel médical, au développement de nouveaux marchés et à la représentation d'entreprises étrangères en Tchécoslovaquie ou en Europe centrale et de l'Est. Communiquer avec Jan Kreisler, directeur du marketing, Research Institute of Medical Engineering, Kamenice 3, 658 09 Brno-Bohunice, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 5) 3175. Télécopieur : (0042 5) 325909.

Débouchés commerciaux

La Pologne donne la vedette aux petites entreprises

Les personnes d'affaires canadiennes qui désirent se familiariser avec les aspects légaux, financiers et pratiques de l'établissement et de la gestion d'entreprises conjointes en Pologne peuvent trouver utile de participer aux manifestations qui auront lieu le mois prochain dans ce pays.

En général, de petites et moyennes entreprises, des représentants d'associations de petites entreprises, des dirigeants universitaires, des banquiers et des cadres gouvernementaux visitent le 19th International Small Business Congress (ISBC) (19^e congrès international des petites entreprises), qui se tiendra à Varsovie du 11 au 14 octobre.

Le thème de cette année est «la petite entreprise, un facteur d'intégration des économies de l'Est et l'Ouest»; il reflétera les changements politiques et d'autres changements qui ont entraîné un passage à une économie de marché et à la privatisation.

Pendant le congrès, les participants auront la possibilité de visiter de petites et moyennes entreprises polonaises et de rencontrer des représentants du gouvernement polonais ainsi que des cercles financiers et d'affaires.

En conjonction avec le congrès, et pour la première fois, l'ISBC encourage les personnes d'affaires dans le monde entier à participer au 1st International

Small Business Fair (Kooperacja) (1^{ère} foire internationale des petites entreprises), qui se tiendra du 13 au 16 octobre à Poznan.

Cette manifestation permettra aux participants de démontrer l'étendue des produits et services offerts par les petites entreprises — ainsi que le rôle joué par les petites entreprises comme sous-traitants et fournisseurs principaux des grandes entreprises. En outre, la génération la plus récente de machines et de matériel destinés aux petites entreprises sera exposée.

Le Third Investors Forum aura aussi lieu à Varsovie, du 26 au 28 octobre. Celui-ci visera surtout à informer les personnes d'affaires étrangères des aspects légaux, financiers et pratiques de l'établissement et de la gestion d'entreprises conjointes en Pologne.

De plus, le Forum facilitera les contacts directs entre les personnes d'affaires étrangères et les entrepreneurs et entreprises polonais. Avant le Forum, quelque 150 projets polonais pour entreprises conjointes ou autres formes de coopération seront identifiés, triés et documentés. Au Forum, des rencontres individuelles seront organisées entre des personnes d'affaires étrangères et polonaises qui pourront discuter de certains projets.

En plus de permettre la discussion d'investissements étrangers, de mesures d'encouragements et de garanties, le Forum mettra l'accent sur des secteurs tels que les machines-outils, les machines pour le traitement et l'emballage des aliments, les machines et le matériel de construction, le matériel de protection de l'environnement, les produits chimiques, les produits pharmaceutiques, le brassage et l'ingénierie.

Pour de plus amples renseignements sur ces manifestations, communiquer avec Waldemar Markiewicz, délégué commercial intérimaire, Bureau de la République de Pologne au Canada, 3501, avenue du Musée, Montréal H3G 2C8. Tél. : (514) 282-1732. Télécopieur : (514) 282-1784.

L'Allemagne accueillera un salon de l'informatique et de l'industrie

Munich — Les entreprises canadiennes ont la possibilité de participer (20-23 octobre 1992) à «la foire commerciale internationale plus importante de l'informatique et de l'industrie de fabrication.»

SYSTEC'92, qui se tiendra au Munich Trade Fair Centre en conjonction avec un congrès de conférences et colloques, offre des communications dans tous les domaines — des achats au marketing en passant par le développement, la logistique, la production et le contrôle de la qualité.

Les éléments exposés à SYSTEC, qui mettent l'accent sur l'industrie de fabrication — et sur la façon de la rendre profitable —, comprennent des logiciels et du matériel d'études, des réseaux et leurs composantes, des technologies de communications industrielles, des communications mobiles et des bases de données, des méthodes de production au moment adéquat, des aides à la production industrielle, des outils de contrôle de la qualité et des méthodes d'examen.

Au dernier SYSTEC, tenu en 1990, le

nombre d'exposants a dépassé 750, venus de 17 pays; ils ont présenté leurs solutions pour l'intégration de l'informatique aux stratégies de gestion. La manifestation a attiré 40 000 visiteurs spécialistes de 53 pays. Cette année, on prévoit que la foire sera plus globale, accordant à tous les secteurs de l'industrie de fabrication la possibilité de montrer leur meilleur aspect — et d'établir des contacts utiles.

Pour obtenir d'autres informations sur SYSTEC'92, communiquer avec Lorraine Reardon, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest — Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Télécopieur : (613) 995-6319.

Les participants intéressés peuvent aussi prendre contact avec l'organisateur canadien du salon, Derek Complin, UNILINK International, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario) M1S 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

La foire de Cuba : une vaste gamme de produits

La Havane — Les entreprises qui désirent explorer le marché cubain peuvent soit participer elles-mêmes ou envoyer des brochures aux fins d'exposition à Alimexpo, la foire internationale de l'alimentation, de la réfrigération, de l'emballage et des arts graphiques, qui se tiendra dans cette ville du 16 au 21 septembre 1992.

D'après les agents commerciaux à l'ambassade du Canada à La Havane, le message de Cuba, c'est que le pays est ouvert aux affaires et qu'il réoriente ses relations commerciales vers les fournisseurs occidentaux.

La participation à la foire permettra aux visiteurs de rencontrer des décideurs afin de discuter des besoins et de former des liens stratégiques. Les contacts personnels et les suivis fréquents sont des éléments clés lorsqu'on fait affaire avec Cuba, toujours selon les agents commerciaux.

Ces derniers font aussi remarquer que le Canada est respecté à titre de four-

nisseur fiable de produits de haute qualité et que les personnes d'affaires canadiennes sont toujours spécialement accueillies.

Les promoteurs d'Alimexpo, dont bon nombre sont des ministères, sont intéressés non seulement à discuter des possibilités de vente immédiates, mais aussi à encourager les visiteurs à examiner les possibilités d'entreprises conjointes et d'autres formes de collaboration aux termes de la loi sur les entreprises conjointes de Cuba (Loi 50). Celle-ci prévoit le transfert des profits et offre diverses concessions en ce qui concerne les impôts et la main-d'oeuvre.

Les organisateurs de la foire ont déterminé que les secteurs suivants sont prioritaires : les produits alimentaires destinés à l'industrie du tourisme, le matériel technologique et les machines d'emballage destinées aux abattoirs, les couteaux spéciaux pour la viande, les substances ajoutées à la viande (p. ex. le tripolyphosphate et le caséinate), et le

boyau synthétique.

On s'intéresse aussi aux produits laitiers, à la viande, aux boissons, à la mouture, à la boulangerie et au matériel de l'industrie des produits en conserve, ainsi qu'aux matières brutes.

En ce qui concerne l'industrie de l'emballage, on recherche, entre autres, des machines de production d'ampoules et de fioles en verre destinées à l'industrie pharmaceutique, une chaîne d'embouteillage de rhum, et de matériel de soudage électrique.

Pour ce qui est de l'industrie de la réfrigération commerciale, on a besoin de congélateurs, d'armoires d'étalage, de compresseurs et de condensateurs, et de machines pour la fabrication de crème glacée.

En ce qui a trait à l'industrie de réfrigération industrielle, on recherche des compresseurs pour l'entreposage frigorifique, du matériel et des systèmes pour l'automatisation et le contrôle, et du matériel pour la manutention, le transport et l'entreposage des denrées périssables, et des isolants thermiques.

Autres besoins prioritaires : des conditionneurs d'air, des échangeurs thermiques, des ordinateurs et des produits électroniques relatifs à la réfrigération. Les entreprises qui veulent exposer des brochures au stand d'information (tenu par le personnel de l'ambassade, qui fera des évaluations et enverra des demandes de renseignements aux entreprises participantes) à Alimexpo doivent envoyer, par service de messagerie, 25 exemplaires, à la section des affaires commerciales, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa (Ontario) K1N 8T7

On encourage les exportateurs canadiens désirant participer à l'exposition à communiquer avec la section des affaires commerciales de l'ambassade du Canada à La Havane pour confirmer leurs intentions et pour obtenir de l'aide en ce qui concerne la communication avec les organisateurs de la

(Voir page 6 — Le Cuba.)

Des entreprises sont recrutées pour une foire commerciale en El Salvador

El Salvador — Les entreprises qui désirent profiter des possibilités en El Salvador devraient envisager d'exposer leurs produits à la foire internationale bisannuelle de ce pays, qui se tiendra du 4 au 15 novembre 1992.

Intitulée officiellement **La Feria Internacional de El Salvador**, la manifestation dure plus longtemps que la plupart des foires commerciales. Aussi, l'ambassade du Canada mettra de la superficie à la disposition des sociétés qui veulent y participer seulement pendant deux ou trois jours. Les secteurs les plus prometteurs pour l'exportation des produits et services canadiens sont les suivants : le matériel de télécommunications, le matériel électrique, les engrais, les produits grand public ainsi que les machines textiles et celles pour la fabrication de vêtements.

À La Feria de 1990, environ 300 000 personnes ont visité le pavillon canadien. Cette manifestation a compté 17 pavillons nationaux, des entreprises participantes de 31 pays.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la participation à **La Feria Internacional de El Salvador**, s'adresser à Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460. Télécopieur : (613) 943-8806.

Les entreprises peuvent également prendre directement contact avec André LeBlanc, Section des affaires commerciales et économiques, ambassade du Canada, San José, Costa Rica. Tél. : (011-506) 55-35-22. Télécopieur : (011-506) 23-23-95.

Exposition de catalogues médicaux en Suisse

Zurich — Le Canada aura un stand avec exposition de catalogues à la foire internationale de matériel médical et hospitalier (IFAS'92), qui se tiendra dans cette ville du 3 au 6 novembre.

C'est la troisième fois que le Canada participe à cette manifestation qui se tient tous les deux ans et attire jusqu'à 400 exposants de plus de 20 pays. Les produits exposés à IFAS vont des fournitures de base jusqu'au matériel de haute technologie.

Au salon de 1990, les aides à la rééducation fonctionnelle, les implants, les dispositifs de gériatrie et d'orthopédie étaient très en vue — et très recherchés.

IFAS attire surtout des acheteurs principaux pour les hôpitaux et les maisons de repos, des gestionnaires de compagnies d'assurance et des autorités cantonales, ainsi que des membres du gouvernement et des comités consultatifs gouvernementaux. Les praticiens, les thérapeutes, les travailleurs de laboratoire et les producteurs de produits pharmaceutiques visitent aussi le salon.

Les visiteurs du pavillon canadien rempliront des formulaires afin d'indiquer ce qui les intéresse. Après la foire, l'ambassade du Canada fera le suivi auprès des entreprises canadiennes.

Les fabricants et les exportateurs canadiens de matériel, d'instruments et de dispositifs médicaux et hospitaliers qui désirent exposer leurs brochures descriptives et illustrées au pavillon canadien doivent envoyer au plus trois exemplaires à l'adresse suivante :

Section des affaires commerciales et économiques, ambassade du Canada, B.P. CH-3000, Berne 6, Suisse. (Veuillez marquer sur le colis «Aux fins d'exposition à IFAS»).

La nouvelle adresse du consulat général du Canada à Berlin est la suivante : Friedrichstrasse 95, 0-1086, Berlin, Allemagne. Les numéros de téléphone (030 261-1161/1162/1163) et le numéro de télécopieur (030 262-9206) demeurent inchangés.

À Markham (Atlanta), une foire commerciale met l'accent sur le secteur des services

Markham — Les entreprises et les organismes capables d'aider les fabricants à accélérer leurs initiatives dans le domaine du commerce extérieur seront le centre d'intérêt à **Global Connections '92**, qui se tiendra dans cette ville les 14 et 15 octobre.

Cette foire commerciale internationale de développement du commerce d'importation et d'exportation et une conférence auront aussi lieu à Atlanta (Géorgie) les 18 et 19 novembre 1992.

Selon les organismes qui parrainent **Global Connections**, celle-ci permettra aux entreprises du secteur des services, aux organismes gouvernementaux, aux maisons de commerce international, aux banques internationales,

aux transitaires, aux courtiers en douane, aux sociétés de communications internationales et aux experts-conseils d'exposer les services qui peuvent faciliter l'accès aux marchés extérieurs.

Les lieux comprendront une aire pour la foire commerciale, une aire pour les colloques et une aire pour l'établissement de réseaux. Ils pourront accueillir 400 exposants et jusqu'à 5 000 visiteurs, dont on prévoit la présence.

Pour obtenir de plus amples renseignements (inscription, coût, etc.) sur **Global Connections '92**, communiquer avec **Exsel Marketing Inc.**, 940, avenue Lansdowne, Toronto M6H 4G9. Tél. : (416) 534-3677. Télécopieur : (416) 534-2739.

L'Association des maisons de commerce extérieur du Québec offre des cours de commerce extérieur

Montréal — Des cours qui familiariseront les participants avec les techniques d'importation et d'exportation utilisées dans le commerce extérieur sont offerts ce mois et le mois suivant à Montréal.

Voici quelques-uns des sujets traités dans le cadre du cours **Le commerçant international-Introduction** : l'identification du marché, la sélection des clients, la détermination des sources d'approvisionnement, les modalités et le coût du transport international, le financement et les méthodes de paiement dans le commerce extérieur, les risques, l'établissement des prix à l'exportation et la négociation.

Ouverts à tous les particuliers — bien que l'inscription soit limitée — qui désirent améliorer leurs compétences dans ce secteur, dont l'importance croît,

les cours comptent des conférenciers qui sont des commerçants très expérimentés.

Voici les détails : emplacement : l'Association des maisons de commerce extérieur du Québec (AMCEQ), Montréal; date : 22 septembre - 29 octobre 1992 (anglais); 9 septembre - 19 octobre 1992 (français); durée : 30 heures, les mardis et les jeudis de 18 h 30 à 21 h 30; coût : 450 \$. Il est possible de se renseigner et de s'inscrire par l'intermédiaire de l'AMCEQ. Tél. : (514) 286-1042. Télécopieur : (514) 848-9003.

Ces cours sur le commerce extérieur sont offerts par l'AMCEQ depuis 1988. Ils ont été élaborés avec l'aide du ministère des Affaires internationales du Québec et d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Le Cuba *(Suite de la page 5.)*

foire. Télex : (code de destination : 28) 511586 (CAN CU). Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec

Joseph Cogné, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 943-8806.

Nouvelle ère d'industrialisation en Jordanie

La Jordanie est un des pays qui ont le plus souffert de la guerre du Golfe et les répercussions se feront encore sentir un bon moment. Bien que la crise ait eu de nombreuses incidences négatives, elle a aussi créé des débouchés non traditionnels importants dans différents secteurs, ce qui devrait encourager plutôt que décourager les exportateurs.

En dépit d'un taux de chômage très élevé et d'une demande très forte de ressources et de services publics, le pays continue de montrer des signes de redressement socio-économique.

En 1991, les exportations canadiennes ont triplé pour atteindre un record de 20 millions \$CAN en ce qui concerne les produits et d'environ 13 millions \$CAN pour ce qui est des services. La majeure partie de ces exportations est générée par l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Les exportateurs doivent agir rapidement pour trouver des partenaires afin de tirer parti de la vaste gamme de débouchés qui se situent surtout dans les secteurs des produits forestiers, des matériaux de construction, de l'industrie agro-alimentaire, de l'exploitation minière, du transport, des machines et des services industriels. L'ambassade à Amman estime que tous ces secteurs offrent de nombreuses possibilités.

La Jordanie dépend grandement des importations pour sa consommation. L'afflux de plus de 300 000 personnes du Koweït a fait augmenter la population d'environ 10% en quelque mois et a provoqué une forte demande de produits alimentaires et de matières premières, entre autres.

En 1990, les importations de la Jordanie ont atteint un record de 3 milliards \$CAN, soit 40% de plus que l'année précédente. La Banque centrale a accumulé des réserves qui dépassent actuellement 4 milliards \$CAN, ce qui ne peut que favoriser les importations.

Ceci présage une nouvelle ère d'industrialisation en Jordanie. Une banque locale estime que plus de 300 nouvelles entreprises industrielles ont

été établies au deuxième trimestre de 1991. Elles sont concentrées surtout dans l'agro-alimentaire, l'industrie légère des métaux, de l'électricité, les secteurs pharmaceutique et chimique.

Tous ces facteurs offrent de nombreuses possibilités aux exportateurs canadiens entreprenants dans une vaste gamme de secteurs.

Pour plus d'information, communi-

quer avec Michael Wooff, Division Afrique et Moyen-Orient (GBT), AECEC, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél.: (613) 993-6983; télécopieur (613) 990-7431 ou avec l'ambassade canadienne en Jordanie, C.P. 815403, Amman. Télécopieur (011-962-6) 689-227. Télex: (code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

Le marché de la télévision en Argentine vaut la peine d'être exploré

En Argentine, d'excellents débouchés existent pour les exportateurs et les fournisseurs canadiens de matériel, de services de programmation et d'autres services connexes fournis aux câblodistributeurs et aux télédistri-
buteurs locaux.

Une note de service provenant de l'ambassade du Canada à Buenos Aires indique qu'à présent, on compte plus de 1 000 systèmes de télédistribution, environ 3 millions d'abonnés et l'on prévoit une croissance rapide dans le proche avenir.

L'ambassade indique également qu'il est nécessaire d'améliorer les installations existantes pour permettre les émissions de la télévision payante et de la télévision à la carte. En outre, la télévision payante fait ses débuts (car les transmissions VHF brouillées sont permises) et il est probable que de tels services seront nombreux au cours des deux à trois prochaines années.

Pour tirer parti de ce marché potentiel, la Section des affaires commerciales de l'ambassade du Canada à Buenos Aires a préparé une étude sur *le marché de la câblodistribution et de la télédistribution en Argentine*. Cette étude fournira aux entreprises canadiennes intéressées une base solide pour pénétrer ce marché. Les entreprises qui désirent obtenir un exemplaire de l'étude ou des renseignements sur les foires commerciales dans ce secteur doivent communiquer avec Ghislaine Harquail,

Premier Secrétaire (Commercial), Ambassade du Canada, Casillia de Correo 3698, 100 Buenos Aires, Argentina. Télécopieur : (011-54-1) 806-1209. Télex : (Code de destination : 0331 21383. Tél. : (011-54-1) 805-3032.

Crédit de 20 millions de dollars pour le Kazakhstan

Un crédit de 20 millions de dollars pour le commerce avec le Kazakhstan sera utilisé dans le cadre de projets approuvés mutuellement dans les secteurs du pétrole et du gaz et de l'agriculture d'affaires, a annoncé le ministre du Commerce extérieur, M. Michael Wilson, au cours d'une mission commerciale récente qu'il a menée dans ce pays, en Russie et en Ukraine.

«Le Kazakhstan possède un potentiel économique impressionnant en raison de ses grandes réserves de pétrole, de gaz et d'une variété d'autres minerais,» a dit M. Wilson.

Le crédit sera administré par la Société pour l'expansion des exportations, l'organisme officiel de crédit à l'exportation du Canada, chargé de fournir des crédits à l'exportation, des prêts, des garanties et d'autres services financiers visant à promouvoir le commerce d'exportation canadien.

AU CALENDRIER

Montreal — 15 septembre-17 novembre: Session de 30 heures du cours intitulé « Le transport dans la mise en marché du produit », dans le cadre des activités de formation du Ministère des Affaires internationales (MAI) en collaboration avec le Centre de transport international des marchandises (CTIM). A Québec, les mêmes ateliers se donneront du 22 septembre au 24 novembre. On peut s'inscrire auprès du CTIM aux numéros suivants: Téléphone (514) 274-3573 Télécopieur (514) 274-9608.

Montreal — le mercredi soir, de septembre à novembre et de janvier à avril: le cours « Introduction au commerce international », offert par l'Association des manufacturiers du Québec, en collaboration avec le ministère des Affaires internationales (MAI). Pour s'inscrire, communiquer avec Ginette Desroches, Association des manufacturiers du Québec. Téléphone: (514) 866-7774.

Cambridge (Ontario) - 17 septembre; **Brantford** - 14 octobre; **Mississauga** - 5 novembre; **Scarborough** - 19 novembre - International Trade Shows Made Profitable Workshops. Communiquer avec Barry Siskind, International Training and Management, Toronto. Tél./Télécopieur: (416) 483-3836.

Montreal — 4, 5 et 6 octobre - 49^{ième} congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens. Plus de détails dans notre numéro du 15 septembre. Pour s'inscrire, communiquer avec M^{me} Jacqueline Miller, Ottawa. Téléphone: (613) 238-8888. Télécopieur: (613) 563-9218.

Ottawa — 12 au 16 octobre - La tenue, pour la première fois au Canada, de la Conférence internationale d'accréditation des laboratoires (ILAC) regroupera des experts du monde entier. Pour en savoir plus sur l'ILAC, communi-

quer avec la Division des essais, Conseil canadien des normes, Ottawa. Télécopieur: (613) 995-4564.

PUBLICATIONS

Guide du marché de l'Australie

Une nouvelle édition du livret intitulé *Australie : Guide de l'exportateur canadien* (4CF), vient d'être publiée par la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud d'AECEC.

La publication répond aux questions posées le plus souvent au sujet du marché australien, y compris l'évaluation du marché, la façon de trouver des clients, l'établissement des prix, le lancement du produit sur le marché et la manière de se faire payer.

Il est possible de se procurer des exemplaires du livret, en mentionnant le numéro de code, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page).

Commerce des commandes par correspondance

Un nouveau guide qui pourrait aider les entreprises canadiennes à percer sur le marché des maisons de vente sur catalogue et de publipostage d'une valeur de 150 milliards de dollars par an aux États-Unis a été produit par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis d'AECEC.

La vente par catalogue aux États-Unis : Guide de l'exportateur aidera les sociétés à trouver des catalogues américains qui contiennent des produits semblables aux leurs. Il fournit également des conseils sur la façon d'établir des

accords avec des maisons de vente sur catalogue aux É.-U. et contient une liste-échantillon des catalogues américains et des produits qu'ils contiennent.

Il est possible de se procurer des exemplaires de ce guide (code 99UF) auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de cette page).

À noter

Le nouveau numéro de télécopieur du consulat général du Canada à Quito, Equateur, est le (00-593-2) 503-108. Trois nouvelles lignes de téléphone sont maintenant disponibles: (00-593-2) 564-795, 506-162, et 506-163.

La nouvelle adresse du consulat général du Canada à Berlin est la suivante: Friedrichstrasse 95, 01086, Berlin, Allemagne. Les numéros de téléphone (030 261-1161/1162/1163) et le numéro de télécopieur (030 262-9206) sont inchangés.

Correction

Le numéro de téléphone pour l'*Arab Agricultural Directory 1993* est le (613) 746-6780 et le numéro de télécopieur est le (613) 747-6641. L'adresse est la suivante, M. Omar Hajzoug, VP Marketing, Omar Publishing, 68 Stanley Avenue, Ottawa, K1M 1P6.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid
NBRE T-3691 BLK
OTTAWA

CANAD^EEXPORT

L'ALENA obtient le feu vert

A l'heure actuelle, quiconque lit un journal, regarde la télévision ou écoute la radio sait qu'un Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) a été approuvé — en principe.

«En principe» signifie que l'Accord, qui aura des incidences sur la plupart des entreprises canadiennes, doit encore être ratifié par les gouvernements appropriés dans chaque pays (Canada, États-Unis et Mexique). Une fois ratifié, il entrera en vigueur le 1^{er} janvier 1994. Ça c'est du clair et du connu.

Ce qui l'est moins, c'est l'impact des changements de l'accord sur les exportateurs et sur ceux qui s'apprentent à le devenir.

Afin de clarifier cette question (et d'autres questions qui intéressent les exportateurs), *CanadExport* publiera périodiquement des articles sur le sujet. A cette étape initiale, nous pouvons citer des statistiques qui montrent que, parmi une multitude de questions reliées au commerce :

- Les exportations canadiennes au Mexique ont augmenté de 100 % pendant les cinq premiers mois de cette année, par rapport à la même période en 1991;
- L'accord commercial devrait ouvrir un marché nord-américain total de pièces automobiles de plus de 12,8 milliards \$ d'ici 1994;
- Le commerce bilatéral a dépassé 3 milliards \$ en 1991 et dépassera 5 milliards \$ d'ici la fin de la décennie; et
- Les droits de douane et les prescriptions relatives aux licences d'importation en vigueur au Mexique seront éliminés — immédiatement pour certains, sur cinq à dix ans pour d'autres — de façon à assurer aux entreprises un accès sans obstacles à un marché de 85 millions de consommateurs.

(Voir page 2 — L'ALENA)

La promotion des entreprises conjointes et des investissements en Malaisie

Les entreprises canadiennes intéressées aux entreprises conjointes avec la Malaisie devraient prendre contact avec Enterprise Malaysia Canada (EMC), un organisme mis sur pied par le gouvernement fédéral — par l'entremise de l'Agence canadienne de développement international (ACDI), qui fournit un financement de \$ 14,7 millions sur une période de cinq ans.

Coopers & Lybrand, une entreprise d'experts-conseils en administration des affaires internationales, administre l'EMC pour le compte de l'ACDI.

Tout semble indiquer que l'économie florissante de la Malaisie, épaulée par les politiques pro-actives du gouvernement, offre de nombreuses possibilités aux firmes canadiennes.

Le gouvernement malaisien entend porter l'industrialisation du pays au niveau de l'Europe de l'Ouest et de l'Amérique du Nord d'ici l'an 2020 (certains observateurs économiques prévoient que cet objectif pourrait être atteint d'ici l'an 2005).

Pour atteindre cet objectif, on planifie des initiatives ambitieuses relatives à l'infrastructure: voies rapides, ports, aéroports, télécommunications, gazoducs, aménagements hydroélectriques, gestion de l'eau et projets de logement.

Le gouvernement malaisien sait que le savoir-faire technologique étranger est essentiel à la réussite de ses plans. Un secteur privé solide (qui comprend un nombre croissant d'anciennes activités gouvernementales, récemment privatisées) a également besoin de technologie et d'investissements étrangers.

Michael Strong, le directeur canadien d'EMC, en poste à Vancouver, dit que les investissements dans les projets exécutés dans le cadre d'entreprises conjointes, effectués aujourd'hui par des entreprises canadiennes, sont

extrêmement prometteurs.

«Par exemple, dit M. Strong, au cours des quatre dernières années, les sociétés américaines qui ont investi en Malaisie ont obtenu un rendement moyen des investissements de 26,5 %.»

Toujours d'après M. Strong, ce rendement est supérieur à celui de 16,1 % obtenu dans tous les dix pays de la Communauté économique européenne, et de 10,8 % obtenu par les entreprises américaines qui ont investi au Canada pendant la même période.

Outre sa situation stratégique en Asie du Sud-Est — elle permet d'accéder à un marché potentiel de plus de 300 millions de consommateurs —, la Malaisie offre d'autres avantages pour ce qui est des investissements.

Le gouvernement encourage l'investissement étranger, offre d'attractives mesures d'encouragement fiscales ainsi que le rapatriement des fonds. Le coût des terrains et de la main-d'oeuvre est également attractif. Les institutions du pays sont semblables à celles du Canada, et l'anglais est la langue du commerce.

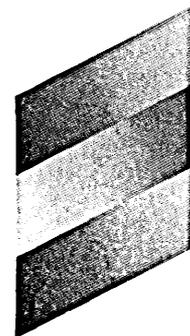
Pour de plus amples renseignements, communiquer avec les bureaux suivants d'Enterprise Malaysia Canada:

- bureau 700, 1111, rue Hastings ouest, Vancouver (C.-B.) V6E2J3. Tél.: (604) 661-5728. Télécopieur: (604) 661-5770.
- 1202, Centre Sussex ouest, 990, rue Burnhamthorpe ouest, Mississauga (Voir page 2 — La Malaisie)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires de Caracas à Singapour	4-6
Information sur l'ALENA	7
Calendrier et publications	8

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Les Jeux d'Atlanta 1996 : un marché inusité

Des séances et des rencontres d'information seront offertes aux entreprises canadiennes qui veulent fabriquer et vendre, au Canada et aux États-Unis (É.-U.), sous licence, des produits destinés aux Jeux olympiques de 1996 à Atlanta. Les sessions se tiendront à Toronto (le 30 septembre 1992) et à Montréal (le 1^{er} octobre 1992). Les Jeux olympiques de 1996 à Atlanta, qui marquent le centenaire des Jeux olympiques modernes, offrent, à divers titres, un intérêt spécial aux sociétés canadiennes qui désirent commercialiser des produits autorisés aux É.-U. dans le cadre des Jeux olympiques:

- Ils seront les premiers, depuis les Jeux de 1976 à Montréal, à avoir lieu dans une zone du fuseau horaire de l'est en Amérique du Nord;
- Aux É.-U., on s'attend à une forte demande des consommateurs en ce qui concerne les produits commémoratifs,

les séries limitées et les souvenirs reliés aux Jeux olympiques de 1996 — on prévoit que les ventes de produits autorisés au cours des quatre prochaines années seront plusieurs fois supérieures aux ventes de 130 millions \$ réalisées aux Jeux de 1984 à Los Angeles.

À ces séances d'information, Robert Hollander, vice-président, octroi de permis, de l'Atlanta Centennial Olympic Products (A.C.O.P.), discutera du programme américain d'octroi de permis. Un avocat spécialisé dans les marques de commerce, et membre de l'Atlanta Committee for the Olympic Games, traitera des questions d'ordre juridique concernant l'octroi de permis et la vente, aux É.-U., de produits autorisés dans le cadre des Jeux olympiques. Quant au président du Trust olympique du Canada, Bill Wardle, il discutera du programme canadien d'octroi de permis et de sa relation avec le programme américain.

Ces séances d'information s'adressent d'abord aux entreprises d'articles-cadeaux, d'articles de sport, de vêtements et de nouveautés; il existe aussi des débouchés prometteurs pour les sociétés canadiennes qui veulent faire des affaires dans le cadre de sous-permis ou de sous-traitance pour le compte de futurs détenteurs de permis américains, aux É.-U. et au Canada.

Les Jeux olympiques auront lieu dans quatre ans; toutefois, on s'attend à ce que les permis soient accordés au cours des quelques prochains mois afin de permettre aux titulaires de permis de commencer à commercialiser leurs permis le plus tôt possible.

Les séances sont organisées conjointement par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie de l'Ontario, le ministère des Affaires internationales du Québec et le Trust olympique du Canada. Pour s'inscrire à l'avance à ces activités et recevoir un «Preliminary Merchandise License Questionnaire» de l'A.C.O.P., communiquer, à Toronto, avec Mary Palmer, ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, tél. : 416-325-6663, ou, à Montréal, avec Jean-Pierre Leclerc, ministère des Affaires internationales, tél. : 514-499-2153.

L'ALENA — (Suite de la première page.)

CanadExport traitera des questions relatives à l'ALENA par secteur d'intérêt, en décrivant comment l'Accord peut vous affecter, vous, à titre d'exportateurs ou d'exportateurs éventuels.

Vous, nos lecteurs axés sur les affaires, pouvez nous envoyer des questions qui concernent les incidences éventuelles de l'ALENA sur vos entreprises.

Dites-nous ce que vous désirez lire.

Envoyez les demandes de renseignements, les opinions et les suggestions — de préférence par télécopieur ou lettre — à l'adresse suivante : CanadExport/ALENA, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur : (613) 992-5791.

La Malaisie

(Suite de la première page.)

(Ontario) L5B 3C3. Tél.: (416) 279-6966. Télécopieur: (416) 279-0137.

• Suite 10.02 10th Floor, Plaza See Hoy Chan, Jalan Raja Chulan, 50200 Kuala Lumpur, Malaysia. Tél.: (603) 230-2288. Télécopieur: (603) 232-3740.

• L'adresse du Premier délégué commercial est la suivante : Canadian High Commission, Tingkat 7, Plaza MBf, Jalan Ampang, 50450, Kuala Lumpur, Malaysia. Tél.: (603) 261-2000. Télécopieur: (603) 261-1270.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225

Télécopieur : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expéditeur à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

CORÉE — D'après la mission à Seoul, il semble exister, dans ce pays, une possibilité pour les entreprises canadiennes capables de fournir des centrales électriques à l'échelle industrielle. Des possibilités s'offrent aux firmes canadiennes compétitives en ce qui a trait aux entreprises conjointes et au transfert de technologie. Les sociétés canadiennes intéressées qui veulent explorer ce marché doivent envoyer des renseignements sur leurs produits à l'ambassade du Canada à l'adresse suivante: Canadian Embassy, P.O. Box 6299, Seoul 100-662, Republic of Korea. Tel.: (011-82-20753-2605/8; 753-7290/3. Télécopieur: (011-82-2) 755-0686; 774-6989. Télex: (Code de destination: 801) 27425 (CANADA K27425).

COSTA RICA — Une entreprise spécialisée dans la fabrication et l'exportation de systèmes de sécurité (portes de chambres fortes, boîtes de dépôt de nuit, classeurs à tiroirs de sécurité) recherche un partenaire d'entreprise conjointe pour fabriquer des boîtes de haute sécurité. On peut se procurer un profil d'investissement auprès de Jacques Dupuy, C.P. 4540-1000, San José, Costa Rica. Tél.: (506) 334324. Télécopieur: (506) 235722.

COSTA RICA — Un fabricant de machines pour la transformation du café, qui exporte 63 % de la production, recherche un partenaire capable de fournir un investissement, de la technologie et du savoir-faire en marketing à l'échelle internationale. On peut obtenir un profil d'investissement auprès de M. Dupuy (voir l'annonce sur le Costa Rica ci-dessus).

HONGRIE — Une entreprise de mise

au point de composés plastiques et de fabrication recherche un partenaire d'entreprise conjointe capable d'améliorer les techniques de marketing et de vente. La société connaît à fond 12 technologies brevetées, notamment celles relatives aux échangeurs thermiques pour le nettoyage du gaz de combustion, aux échangeurs thermiques air-air, au réchauffage préalable de l'eau dans des chaudières, aux pipelines à tubes de puissance dans des centrales, et aux matériels divers servant à la fabrication de plastique renforcé de fibres de verre.

diesel, des dérivés du pétrole et de nouveaux produits destinés à l'industrie pétrolière. Communiquer avec Alejandro Loyola, Lupeqsa, Noradino Rubio # 49, Col. Casa Blanca, 76030 Queretaro, Queretaro, Mexico. Tél.: (42) 16 03 58. Télécopieur: (42) 16-16-54.

NIGÉRIA — Un importateur de marchandises diverses désire entrer en contact avec des fournisseurs canadiens de réfrigérateurs usagés, de vêtements usagés et de fournitures de tout genre. Communiquer avec Carol Mbah, Trade Trust Overseas Ltd., 58 Ojuelegba Road, P.O. Box 6879, Surulere, Lagos, Nigeria, West Africa.

Débouchés commerciaux

Communiquer avec Magda Batky, KOMPOZITOR Kft., 1147 Budapest, Gyarmat u. 71, Hongrie. Tél./télé.: (36-1) 252-6122.

INDE — A New Delhi, une entreprise désire importer de la technologie ou conclure des accords d'entreprise conjointe (investissement) pour la fabrication d'oxygénateurs et de pièces accessoires. Actuellement, la société importe et assemble une trousse coeur-poumon et des instruments chirurgicaux ordinaires. Communiquer avec Lifeline Systems Pvt. Ltd., 50/10, Yusuf Sarai, New Delhi-110016, India. Tél.: 665940. Télécopieur: 6862680. Télex: 31-73306 LLSIN.

MEXIQUE — Une entreprise désire importer, par lots de 100 000 livres, de la résine et des composés de PVC. Elle veut aussi discuter d'échange de technologie, d'entreprises conjointes et de représentation. Communiquer avec Leopoldo Caraballo, Sales Manager, Telas Plasticas Extruidas, S.A. de C.V., Escuadron 201 # 145, Col. Nicanor Arvide, Mexico 01160. Tél.: 271 81 66. Télécopieur: 272 14 98.

MEXIQUE — Une compagnie veut représenter des entreprises canadiennes et importer du carburant

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un établissement indépendant de recherche qui participe à la fabrication et au finissage de roulements, à la mise au point d'affûteuses et à la fabrication et à la mise au point d'instruments de mesure et de diagnostic et de machines d'essai désire coopérer avec des partenaires étrangers, surtout dans le domaine des dispositifs électroniques et des systèmes de contrôle destinés aux machines-outils. Communiquer avec M^{me} Marie Liskutinova, directrice, ZKL VUVL, a.s., Marianske nam. 1, 617 00 Brno-Komarov, Tchécoslovaquie. Tél.: 0042 5) 337840, poste 327, 136. Télécopieur: (0042 5) 339 871.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Dans ce pays, le fabricant principal de composants électroniques (connecteurs, interrupteurs, culots) utilisées dans les domaines des télécommunications, des produits électroniques pour automobiles, des applications militaires et informatiques désire coopérer avec des entreprises étrangères pour l'expansion de sa gamme de produits ou l'introduction de nouvelles technologies. Communiquer avec Jiri Subrt, directeur général, Tesla Jihlava, Havlickova 36, 586 28 Jihlava, Tchécoslovaquie. Tél.: (0042 66) 24 670. Télécopieur: (0042 66) 29 665.

Présence canadienne aux foires de Caracas

NOUVELLES TECHNOLOGIES

Caracas — Les entreprises qui veulent explorer ou pénétrer le marché des nouvelles technologies au Venezuela jugeront peut-être utile de participer à la prochaine exposition, **ExpoConserv**, qui se tiendra du 19 au 22 novembre 1992 dans la capitale du pays.

Depuis le début du programme d'ajustement économique, il y a maintenant plus de trois ans, le Venezuela libère progressivement son économie. Le secteur national du commerce et des services n'a pas échappé à la volonté du gouvernement de créer une économie davantage ouverte et globale; il fait

d'ailleurs l'objet de modernisation. Afin de pouvoir survivre, les entreprises dans ce secteur doivent faire l'acquisition de technologies leur permettant de mieux contrôler les stocks, la facturation, le transport et la gestion de l'entreprise, etc., et ce, en vue d'offrir un meilleur service à la clientèle dans ce nouveau cadre croissant de libre concurrence.

Reconnaissant le besoin pour ses membres d'être mis au fait des nouvelles technologies disponibles, le Conseil national du commerce et des services organise **ExpoConserv**, qui attirera des exposants de la Communauté économique européenne, des États-Unis, de la Corée et du Japon.

Cette manifestation offrira aux parti-

cipants une excellente occasion de faire la promotion de leurs nouvelles technologies, notamment les systèmes de collecte et de gestion des informations, les télécommunications, le matériel de vente au détail et les systèmes de sécurité.

Les sociétés qui veulent participer ou obtenir de plus amples renseignements sur **ExpoConserv** doivent prendre contact avec la Section des affaires commerciales, ambassade du Canada, Torre Europa, 7^e étage, avenue Francisco de Miranda, Campo Elegre, Caracas, Venezuela. Tél. : (01-58-2) 951-6166/67/68. Télécopieur : (011-58-2) 951-4950. Télex : (Code de destination 31) 23377 (DOMCAN VE).

ET TOURISME

Caracas — Des places dans le stand seront disponibles pour les agents de voyage, les détaillants et les grossistes à la 2^e exposition internationale — **Tourism 92**, qui se tiendra dans cette ville du 9 au 11 novembre. La première exposition, qui a eu lieu l'année dernière, a attiré 75 exposants reliés au voyage : des représentants de compagnies aériennes et d'hôtels aux représentants d'entreprises de location d'automobiles et de lignes de paquebots de croisière.

Cette exposition offrira une excellente possibilité aux entreprises de voyage pour la promotion du Canada et de leurs produits et services à plus de 3 000 agents de voyage et 600 clients.

Les prix des places dans les stands vont de 900 \$ US la superficie de 2 sur 2 mètres à 1 650 \$ US la superficie de 5 sur 2 mètres.

Les firmes intéressées doivent prendre contact avec la Section des affaires commerciales, ambassade du Canada, Torre Europa, 7^e étage, avenue Francisco de Miranda, Campo Elegre, Caracas 1060, Venezuela. Tél.: (011-58-2) 951-6166/67/68. Télécopieur: (011-58-2) 951-4950. Télex: (Code de destination: 31) 23377 (DOMCAN VE).

À Cuba, une foire commerciale marque son 10^e anniversaire

Havana — La Foire internationale de La Havane (2-8 novembre), qui célèbre son 10^e anniversaire est la première manifestation commerciale de Cuba — habituellement ouverte par le président Fidel Castro en personne.

Les entreprises canadiennes qui agissent rapidement peuvent participer — soit en achetant leur propre stand ou en envoyant de la documentation aux fins d'exposition dans un stand d'information tenu par le personnel de l'ambassade du Canada à La Havane.

La Foire internationale de La Havane est réputée comme l'endroit idéal pour la promotion du commerce régional avec les Antilles et l'Amérique latine — et, plus récemment, pour la promotion des accords d'entreprises conjointes ou de collaboration avec l'industrie cubaine.

Selon l'ambassade, la foire a traditionnellement représenté «une excellente occasion d'établir des relations commerciales directes avec des acheteurs cubains qui, d'ordinaire, tirent parti du grand nombre de fournisseurs étrangers pour négocier les programmes

d'achat de Cuba pour le début de l'année suivante.»

Bien que Cuba ait réduit ses importations en raison des problèmes économiques causés par la disparition de ses relations commerciales avec l'ancienne Union soviétique et les autres pays du Bloc de l'Est, elle réoriente maintenant ses relations commerciales vers les fournisseurs occidentaux.

«Dans de telles circonstances, c'est le moment propice soit de visiter Cuba pour la première fois ou de mettre à jour ses relations et prouver de façon tangible que l'on continue à s'intéresser à ce marché.»

Un autre avantage, c'est qu'un certain nombre de firmes cubaines dans les secteurs du tourisme, de la médecine et de certaines industries qui gagnent des devises fortes se financent maintenant par leurs propres ressources, ce qui leur permet d'acheter le matériel et les fournitures nécessaires directement sur la base de lettres de crédit confirmées. Les entreprises qui veulent avoir leur propre stand à la Foire internationale

(Voir page 5 — Le Cuba.)

Une foire commerciale de pétrole et de gaz à Singapour

Singapour — Les entreprises qui veulent percer sur le marché florissant du pétrole et du gaz naturel en Asie du Sud-Est sont invitées à participer à Offshore South East Asia 1992 (OSEA 92), qui se tiendra du 1^{er} au 4 décembre au World Trade Centre de Singapour.

OSEA est une manifestation globale visant les fournisseurs de matériel pour l'exploitation de pétrole et de gaz en mer et à terre — surtout dans les domaines de l'exploration, de la production et du transport.

En ce qui concerne les entreprises qui vendent à l'industrie du pétrole et du gaz dans la région de l'Asie et du Pacifique, la conférence et l'exposition OSEA sont devenues la principale plateforme de ventes bisannuelle depuis le début de ces manifestations en 1976.

Cette année, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et le gouvernement de l'Alberta ont uni leurs efforts pour que l'exposition de 1992 soit la plus grande qui ait jamais eu lieu relativement aux exposants canadiens, ce qui permettra aux entreprises d'exposer leur matériel promotionnel au stand d'information du gouvernement du Canada.

Les sociétés qui désirent exposer leur matériel promotionnel ou obtenir de plus amples renseignements doivent communiquer avec Michelle McCormack, Troisième Secrétaire (Commercial), Canadian High Commission, Robinson Road, P.O. Box 845, Singapore 9016. Tél. : (011-675) 225-6363. Télécopieur : (011-65) 226-1541.

Les sociétés qui veulent exposer à OSEA 1992 — complétée cette année par une exposition soeur, Refining, LNG & PetrochemAsia 92 — doivent s'adresser à Derek Complin, UNILINK, 50, Weybright Court, bureau 41, Agincourt (Ontario), M1A 5A8. Tél. : (416) 291-6359. Télécopieur : (416) 291-0025.

Les É.-U. invitent nos entreprises à trois foires d'importance

Las Vegas/Chicago/Anaheim — Par l'intermédiaire du U.S. Department of Commerce, le Foreign Commercial Service de l'ambassade des États-Unis (É.-U.) à Ottawa fait la promotion de trois manifestations dont les participants canadiens pourraient tirer parti pour étudier les É.-U. comme marché potentiel d'importation et d'exportation.

Ces foires s'inscrivent dans le cadre du programme «Foreign Buyer Mission (FBM) de l'ambassade des É.-U. Ils prévoient que le groupe d'acheteurs canadiens sera le plus grand jamais enregistré.

Les manifestations, qui comprennent des séances d'information sur les lieux et des possibilités d'établissement de réseaux, sont les suivantes :

• **Automotive Aftermarket Industry Week '92** — 3-6 novembre, Las Vegas — L'exposition la plus complète de pièces et de services relatifs à l'automobile, organisée à un seul endroit pour la première fois dans l'histoire du marché secondaire des É.-U.

• **Pack Expo '92** — 8-12 novembre, Chicago — La manifestation de technologie de l'emballage la plus grande dans l'hémisphère occidental.

• **Wescon '92** — 17-19 novembre, Anaheim — Un événement de haute technologie qui aura lieu pour la première fois, axé sur les produits et services électroniques d'avant-garde.

Pour s'inscrire, communiquer avec le Bureau commercial de l'ambassade des États-Unis à Ottawa. Tél. : (613) 238-5335 poste 217.

Comment vendre aux maîtres d'œuvre américains

Washington — L'ambassade du Canada à Washington, D.C. organise des séances d'information spéciales sur les marchés aux États-Unis (É.-U.). Ces séances comprendront une possibilité de rencontres individuelles.

La séance d'information du 1^{er} décembre 1992, qui coïncide avec l'exposition Superfund '92, renseignera les participants intéressés sur la technologie et les services nouveaux — dans le domaine du déplacement et du traitement des déchets dangereux — que les maîtres d'œuvre (prime contractors) et les gestionnaires de projet américains recherchent.

Huit entrepreneurs principaux américains sur les marchés de l'environnement ainsi que des cadres des ministères de la Défense et de l'Énergie fourniront des renseignements sur les possibilités imminentes. Les entreprises canadiennes qui s'inscrivent à l'avance et dont les produits et services répondent aux intérêts des firmes américaines peuvent demander des rendez-vous avec les conférenciers.

Pour renseignements, communiquez, par télécopieur, avec Peter Drabble, First Secretary (Commercial), Canadian Embassy, Washington, D.C. Télécopieur : (202) 682-7619.

Le Cuba — (suite de la page 4)

de La Havane doivent faire la réservation rapidement car on prévoit que le nombre de participants sera supérieur à celui de l'année dernière, lorsque 300 firmes de 24 pays ont participé. (La superficie minimale du stand sera de 9

mètres carrés au coût de 130 \$ US le mètre carré).

Les entreprises incapables de participer elles-mêmes peuvent envoyer de 30 à 40 catalogues sur les produits,

(Voir page 6 — Le Cuba.)

La SEE finance des exportations vers le Venezuela

Des exportateurs canadiens ont récemment conclu un certain nombre de transactions d'une valeur globale de plus de 17 millions de dollars américains en se prévalant d'une ligne de crédit établie par la Société pour l'expansion des exportations (SEE) avec la société Bariven, S.A., du Venezuela.

Westinghouse Canada Inc., de Hamilton (Ontario), a vendu des composants de turbines à gaz à Lagoven, S.A., grâce à un financement de la SEE s'élevant à 9 327 826 \$ US.

Sierra Drill Manufacturing, de Calgary (Alberta), a vendu deux appareils de forage à Maraven, S.A., grâce à un financement de la SEE de 1 344 050 \$ US.

Natco Canada, une division de Cummings Point Ltd., de Calgary (Alberta), a vendu du matériel de déshydratation des gaz à Lagoven, S.A.,

grâce à un financement de la SEE s'établissant à 1 060 466 \$ US.

La ligne de crédit que la SEE a conclue avec Bariven représente le premier mécanisme de financement que la Société met à la disposition du groupe Pétroles de Venezuela, S.A. (PDVSA). Signé en janvier 1992, ce mécanisme constitue l'une des lignes de crédit les plus rapidement utilisées de toutes celles établies par la SEE.

Le groupe PDVSA a fait savoir que, dans le cadre de ses ambitieux projets d'expansion, il se propose d'accroître ses acquisitions de matériel au Canada, ce qui pourrait se traduire par d'autres débouchés à l'exportation au Venezuela pour les compagnies canadiennes du secteur pétrolier et gazier.

La SEE est l'organisme officiel de crédit à l'exportation du Canada chargé d'offrir des services d'assurance-crédit à l'exportation, des prêts, des garanties et d'autres services financiers pour favoriser le commerce extérieur du Ca-

nada. Ses bureaux sont localisés à Vancouver, Calgary, Winnipeg, London, Toronto, Ottawa, Montréal et Halifax.

Contrats décrochés

Controlled Environments Limited (Conviron), de Winnipeg a obtenu deux contrats. Le premier, attribué par DuPont De Nemours, (France), a une valeur de 1,6 million de dollars; le second, accordé par les Nations Unies, a une valeur de 1,7 million de dollars. Conviron installera des chambres de culture dans le cadre des deux projets.

Sainte-Foy, le 10 août 1992 - La compagnie québécoise Groupe Berclain Inc. annonce la signature d'un important contrat de fourniture de logiciels au Mexique avec la compagnie Cartonages Estrella SA de CV.

Un contrat de deux ans (avec options d'achat) de plus de 9 500 000 \$ CAN a été attribué à Mustang Engineered Technical Apparel Corp., de Richmond (C.-B.), pour la fourniture de son gilet de sauvetage gonflable le plus récent, le Mark V, à la United States Navy. La société fabrique une vaste gamme de produits de sécurité et de survie individuels destinés aux utilisateurs industriels et gouvernementaux ainsi qu'aux personnes qui pratiquent la navigation de plaisance.

La foire alimentaire de Milan

Milan — Les organisateurs de la participation du Canada à Expo Food (6-10 novembre 1992) ont élaboré un concept qui, selon eux, encouragera et aidera les petites et moyennes entreprises à exposer au pavillon canadien.

Une superficie d'exposition de 30 mètres carrés a été réservée pour permettre aux entreprises (qui sont incapables d'avoir leur propre stand) d'exposer leurs nouveaux produits alimentaires, additifs alimentaires, ingrédients et matériel — à un coût très économique.

Relativement à la superficie d'exposition de nouveaux produits, l'élément clé c'est que plusieurs entreprises utilisent une superficie d'exposition commune — réduisant ainsi considérablement le coût de participation tout en leur accordant la possibilité d'exposer leur gamme de produits à cette foire

commerciale internationale.

Les coûts sont aussi réduits d'autres manières : la société organisatrice, Interexpo de Montréal, fera traduire, en italien, de la documentation descriptive d'une entreprise, mettra sur pied un étalage échantillon d'une compagnie (qui sera tenu tout le temps par un représentant qualifié d'Interexpo), enregistrera les demandes de renseignements commerciaux reçues et établira un rapport sur le marché. Des dispositions peuvent également être prises avec Interexpo pour la mesure des goûts.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce «concept d'exposition de nouveaux produits» ou obtenir d'autres détails sur Expo Food, communiquer avec Louis D. Burke, président, Interexpo Canada Inc., Montréal. Tél. : (514) 933-7819. Télécopieur : (514) 483-6595.

Le Cuba — (Suite de la page 5.)

qui seront exposés au stand d'information. A la fin de la foire, le personnel de l'ambassade informera les sociétés de tout intérêt suscité par leurs brochures.

Pour envoyer des brochures ou pour acquérir un stand, l'adresse est la suivante : Section des affaires commerciales, ambassade du Canada, C.P. 500 (HAVAN), Ottawa (Ontario) K1N 8T7. Télécopieur : (011-53-7) 33-2044. Télex : (Code de destination 28) 51-1586. Réponse : (CAN CU).

Feuillets de renseignements sur l'ALENA

Ces feuillets, traitant de questions relatives à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et présentés selon les questions débattues, les secteurs industriels et les provinces, sont disponibles à INFOEXPORT.

Si vous souhaitez recevoir ces feuillets, cochez ceux que vous désirez et faites parvenir votre liste à INFOEXPORT par fax (613-996-9709) ou à l'adresse postale 125 Promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 211LF - Agriculture | <input type="checkbox"/> 206LF - Prom. du Commerce au Mex. |
| <input type="checkbox"/> 250LF - Alberta | <input type="checkbox"/> 221LF - Propriété Intellectuelle |
| <input type="checkbox"/> 241LF - Aliments et boissons | <input type="checkbox"/> 202LF - Prospérité: lien commercial |
| <input type="checkbox"/> 207LF - Aléna - ALE | <input type="checkbox"/> 254LF - Québec |
| <input type="checkbox"/> 237LF - Appareils manufact./électr. | <input type="checkbox"/> 222LF - Règlement des différends |
| <input type="checkbox"/> 234LF - Automobile(secteur) | <input type="checkbox"/> 209LF - Règles d'origine |
| <input type="checkbox"/> 212LF - Automobile(fiches) | <input type="checkbox"/> 251LF - Saskatchewan |
| <input type="checkbox"/> 203LF - Avantages de l'Ale | <input type="checkbox"/> 214LF - Services |
| <input type="checkbox"/> 233LF - Aérospatiale/Défense | <input type="checkbox"/> 230LF - Soins de santé |
| <input type="checkbox"/> 204LF - Le Canada a atteint ses objclés | <input type="checkbox"/> 227LF - Souveraineté canadienne/protection |
| <input type="checkbox"/> 249LF - Colombie Britannique | <input type="checkbox"/> 223LF - Subventions/antidumping |
| <input type="checkbox"/> 228LF - Industries culturelles | <input type="checkbox"/> 208LF - Obstacles au commerce/tarifaires |
| <input type="checkbox"/> 231LF - Droits de la personne | <input type="checkbox"/> 244LF - Technologie de l'information |
| <input type="checkbox"/> 205LF - Débouchés à l'exportation au Mex. | <input type="checkbox"/> 258LA - Terre Neuve |
| <input type="checkbox"/> 229LF - Eau | <input type="checkbox"/> 213LF - Textiles et vêtement |
| <input type="checkbox"/> 226LF - Environn./accords de travail | <input type="checkbox"/> 217LF - Transport(services) |
| <input type="checkbox"/> 238LF - Environn./équip/services | <input type="checkbox"/> 247LF - Transports/services |
| <input type="checkbox"/> 224LF - Environnement | <input type="checkbox"/> 216LF - Télécommunications |
| <input type="checkbox"/> 240LF - Services financiers | <input type="checkbox"/> 246LF - Vêtement/cuir/chaussure |
| <input type="checkbox"/> 215LF - Services financiers(fiches) | <input type="checkbox"/> 259LF - Yukon & Terr. du Nord-ouest |
| <input type="checkbox"/> 242LF - Foresterie | <input type="checkbox"/> 219LF - Énergie |
| <input type="checkbox"/> 218LF - Investissement | <input type="checkbox"/> 248LF - Équip. Transport Urbain |
| <input type="checkbox"/> 257LA - L'Île-du-Prince-Édouard | <input type="checkbox"/> 243LF - Équipements industriels |
| <input type="checkbox"/> 245LF - Loisir/secteur ménager/santé | <input type="checkbox"/> 12LF - Vue d'ensemble et description |
| <input type="checkbox"/> 225LF - Main d'oeuvre, salaires | |
| <input type="checkbox"/> 252LF - Manitoba | |
| <input type="checkbox"/> 220LF - Marchés publics | |
| <input type="checkbox"/> 239LF - Métaux ferreux/non-ferreux | |
| <input type="checkbox"/> 210LF - Normes | |
| <input type="checkbox"/> 255LF - Nouveau Brunswick | |
| <input type="checkbox"/> 256LF - Nouvelle-Écosse | |
| <input type="checkbox"/> 253LF - Ontario | |
| <input type="checkbox"/> 236LF - Chimiques/pharmaceut/plastiques | |
| <input type="checkbox"/> 232LF - Consultation/processus législatif | |
| <input type="checkbox"/> 235LF - Services commerciaux & professionnels | |

EXPÉDIER LES RENSEIGNEMENTS À :

Nom _____

Entreprise _____

Adresse _____

Code postal _____

AU CALENDRIER

Ottawa — Le 14 octobre — Les gens d'affaires, les experts en relations internationales et les avocats pourront assister à une conférence d'une journée sur le thème suivant : Faire des affaires dans les Amériques : l'ouverture des marchés... un monde à découvrir! Cette conférence mettra l'accent sur la récente libéralisation de ces marchés et sur les politiques commerciales canadiennes qui les concernent. Les conférenciers compteront des experts du libre-échange et du commerce extérieur du Canada, des États-Unis et de l'Amérique latine. Les organisateurs sont les facultés de droit et d'administration (Université d'Ottawa), le Centre de droit et politique commerciale, et l'Association des exportateurs canadiens. Pour détails supplémentaires et renseignements sur l'inscription, appeler au (613) 564-7047.

Ottawa — 15 octobre — L'étude de la politique en matière d'avantages industriels régionaux, le Comité de la compétitivité industrielle, les possibilités d'achats compensatoires : tels sont les sujets qui seront discutés à l'assemblée d'automne du Forum for Industrial Participation, qui se tiendra au Centre des congrès d'Ottawa. L'assemblée est ouverte à toutes les parties intéressées, mais il faut s'inscrire à l'avance. Prendre contact avec R.C. Brown, président, 1538, chemin Featherston, Ottawa K1H 6P2. Tél.: (613) 733-0704. Télécopieur: (613) 741-6013.

Toronto — Le 19 octobre (réception et dîner); le 20 octobre (conférence): Session ayant pour thème - « Les diffé-

rends commerciaux : mécanismes de règlement et perspectives d'avenir». On mettra l'accent sur les aspects du règlement des différends dans le cadre de l'Accord de libre-échange, de l'Accord de libre-échange nord-américain et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce. Pour obtenir d'autres informations, communiquer avec les organisateurs de la conférence, la Canada-U.S. Business Association, Etobicoke (Ontario). Tél.: (416) 621-

1507. Télécopieur: (416) 620-5392.

Saskatoon — 28-30 octobre — Business Expo '92 comportera des colloques et comptera des conférenciers afin d'aider les petites entreprises à réaliser des ventes éventuelles de leurs produits et services et de se faire mieux connaître. S'adresser à Rick Harnett, Saskatoon Chamber of Commerce, Saskatoon. Tél. : (306) 244-2151. Télécopieur : (306) 244-8366.

PUBLICATIONS

Un nouveau répertoire des exportateurs

Les sociétés canadiennes qui veulent accroître leur part du marché mondial pourraient partir du bon pied en faisant la publicité de leurs produits et services dans l'édition de 1993-1994 du *Canadian Exporters Catalogue Directory (CECD)*, produit par une maison d'édition en Colombie-Britannique. Le répertoire à couverture rigide, publié pour la première fois, doit paraître au début de l'année 1993. Il sera distribué — par l'intermédiaire de consulats commerciaux fédéraux et provinciaux dans 126 pays — à des acheteurs et des décideurs sélectionnés.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, la British Columbia Trade Development Corporation et l'Association des manufacturiers canadiens jugent utile la parution d'un tel répertoire. Si vous voulez paraître dans le CECD, il faut vous y prendre d'ici le 30 novembre 1992.

Pour renseignements, communiquer

avec Fouad Tabet, président, International Publishing & Development Inc., C.P. 2317, Clearbrook, Colombie-Britannique V2T 4X2. Tél. : (604) 855-9115 ou 1-800-667-0991. Télécopieur : (604) 855-9117.

Les relations Canada-Japon

The Canadian est une revue publiée quatre fois par an par La Chambre de commerce du Canada au Japon. Les frais d'abonnement annuel sont de 65 \$ (y compris le port aérien).

La revue — publiée en janvier, en avril, en juillet et en octobre — met l'accent sur les relations commerciales entre le Canada et le Japon. Elle contient aussi des conseils pratiques sur la manière de réussir sur ce marché.

Pour tous renseignements, communiquer avec La Chambre de commerce du Canada au Japon à l'adresse suivante: The Canadian Chamber of Commerce in Japan, P.O. Box 79, Akasaka Post Office, Minato-Ku, Tokyo 107, Japan. Télécopieur: 813-3408-4190.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2



CANADEXPORT

C'est le Mois canadien du commerce extérieur!

La date de ce numéro coïncide avec le coup d'envoi d'une campagne annuelle d'un mois (octobre) qui sert à souligner l'importance du commerce extérieur pour le bien-être économique et social du Canada. Le Mois canadien du commerce extérieur (MCCE) est l'occasion de saluer les succès des entreprises canadiennes sur les marchés mondiaux et, par l'entremise d'une série de manifestations destinées aux exportateurs canadiens, d'inciter et d'aider les sociétés canadiennes à tirer parti des débouchés commerciaux à l'étranger.

Le MCCE est l'un des nombreux pro-

grammes d'expansion des exportations qu'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) offre aux entreprises canadiennes.

Il s'agit d'un effort concerté auquel participent les Centres du commerce international gérés par le Ministère, d'autres ministères et organismes fédéraux ainsi que des associations et des organisations commerciales du secteur privé, répartis dans l'ensemble du Canada. La manifestation principale de cette campagne d'un mois, c'est le Prix d'excellence à l'exportation canadienne qui, cette année, célèbre son 10^e anni-

versaire. Symbole de réussite et d'excellence au chapitre de l'exportation de biens et services canadiens dans toutes les régions du monde, le Prix est parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Il est décerné à des entreprises canadiennes qui ont montré leur capacité de soutenir la concurrence et de prospérer sur les marchés mondiaux.

Cette année, le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson, annoncera les noms des lauréats du Prix, dans le cadre d'une cérémonie spéciale qui se tiendra à Montréal le 5 octobre. La remise du Prix coïncidera avec le 49^e Congrès annuel de l'Association des exportateurs canadiens. (Voir l'article connexe à la page 5).

Depuis la création du programme, 124 lauréats, choisis parmi 2 000 candidats, ont reçu un Prix. Pour célébrer le 10^e anniversaire du programme, les 124 lauréats du Prix ont été invités à participer à la cérémonie de 1992 qui aura lieu à Montréal. Une brochure spéciale, commémorant leurs réalisations dans le domaine des exportations, leur sera remise à cette occasion.

Un autre élément crucial du Mois canadien du commerce extérieur et une manifestation qui a été officiellement ouverte par M. Wilson à Toronto le

(Voir page 2 — Le Mois)

Un pont sur le Pacifique

Le Festival Hong Kong 1992

Ce mois-ci et le mois prochain, plusieurs villes canadiennes vivront au rythme de Hong Kong, de ses spectacles, de sa musique et de ses parfums. Le Festival Hong Kong 92 a été lancé à Toronto fin septembre et doit prendre fin officiellement à Vancouver, en novembre, alors que le Gouverneur de Hong Kong présidera les cérémonies de clôture.

Cette promotion d'importance, un spectacle somptueux de six millions de dollars, financé par Hong Kong, est le volet complémentaire de Festival Canada '91, organisé par le Canada l'été dernier à Hong Kong. Les deux festivals ont été créés afin de consolider un partenariat croissant et de promouvoir l'amitié entre les deux régions.

Le thème de Festival Hong Kong 92 est le suivant: « Hong Kong and Canada: Bridge Across the Pacific » (Hong Kong et le Canada: Un pont sur le Pacifique), et bien que de nombreuses activités culturelles (danse du dragon, parades de rues, expositions d'art et festivals alimentaires) puissent voler la vedette, le commerce en est l'élément-clé.

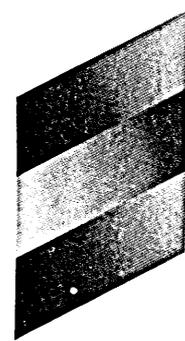
À Calgary, par exemple, les dirigeants commerciaux estiment que le festival est l'occasion pour la ville de vendre son savoir-faire dans les domaines des télécommunications, de la protection de l'environnement et de l'ingénierie. Les responsables prévoient que jusqu'à 500 dirigeants commerciaux, parrains, organisateurs et volontaires de Hong Kong participeront à l'événement du 1^{er} au 14 octobre.

Dans le même ordre d'idées, le chapitre de Vancouver de la Hong Kong Canada Business Association organise un atelier et un colloque portant sur le nouvel aéroport de Hong Kong et sur des projets d'infrastructure connexes.

On tiendra des colloques et des déjeuners d'affaires importants, réunissant des cadres du monde gouvernemental et du milieu des affaires de Hong Kong et du Canada, dans les cinq centres clés du Canada: Toronto, Montréal, Calgary, Ottawa et Vancouver. Des colloques commerciaux et des promotions de produits sont aussi prévus dans des villes, notamment Winnipeg, Halifax,

(Voir page 5 — Le Festival)

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires et conférences	4-5
Débouchés en RFTS	6
Le potentiel du Liban	8
Le marché mexicain	9 & 11
Publications et calendrier	12

Canada

Le Mois canadien du commerce extérieur *(Suite de la première page.)*

30 septembre, c'est VisionExport 92 (auparavant Carrefour).

Ce programme d'expansion du commerce permet aux exportateurs canadiens de rencontrer des délégués commerciaux expérimentés venant d'ambassades, de hauts-commissariats et de consulats du Canada dans le monde entier. VisionExport, avec le concours des Centres du commerce international du Canada, aide les entreprises canadiennes qui exportent déjà et celles qui se préparent à le faire à se tenir au fait des débouchés qui s'offrent à elles sur les marchés mondiaux, et leur offre des renseignements précis sur la meilleure façon de tirer parti des possibilités. Dans le cadre d'VisionExport, des spécialistes du commerce extérieur d'AECEC seront présents pour discuter des possibilités de vente de produits et services à nos plus proches partenaires commerciaux, les États-Unis et le Mexique, ainsi qu'ailleurs dans le monde, y compris en Europe et dans les pays de l'Asie-Pacifique.

Les délégués commerciaux qui participent à ces manifestations sont regroupés par équipes sectorielles représentant une vaste gamme d'industries dotées des capacités nécessaires pour exporter. En octobre, les secteurs suivants seront représentés :

- le matériel et les services environnementaux;
- les produits de construction;
- les produits de consommation (vêtements);

- le tourisme;
- les produits agro-alimentaires et les produits de la pêche (exportations aux États-Unis).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur VisionExport 92, communiquer avec le Centre de commerce international de votre région.

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

Colombie-Britannique
Vancouver
Tél. : (604) 666-0434
Téléfax : (604) 666-8330

Alberta — Calgary
Tél. : (403) 292-6660
Téléfax : (403) 292-4578
Edmonton
Tél. : (403) 495-2944
Téléfax : (403) 495-4507

Saskatchewan — Regina
Tél. : (306) 780-5020
Téléfax : (306) 780-6679
Saskatoon
Tél. : (306) 975-5315
Téléfax : (306) 975-5334

Manitoba — Winnipeg
Tél. : (204) 983-8036
Téléfax : (204) 983-2187

Ontario — Toronto
Tél. : (416) 973-5067
Téléfax : (416) 973-6049

Québec — Montréal
Tél. : (204) 283-8185
Téléfax : (514) 283-8794

Nouveau-Brunswick
Moncton
Tél. : (506) 851-6452
Téléfax : (506) 851-6429

Île-du-Prince-Édouard
Charlottetown
Tél. : (902) 566-7400
Téléfax : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse — Halifax
Tél. : (902) 426-7540
Téléfax : (902) 426-2624

Terre-Neuve — St. John's
Tél. : (902) 772-5511
Téléfax : (902) 772-2373

L'Australie impose un droit sur les véhicules

L'Australie a imposé, à compter du 1^{er} juillet 1992, un droit spécial de 12 000 \$ par véhicule sur tous les véhicules d'occasion. Ce droit spécial s'ajoute au droit ad valorem ordinaire qui s'applique à ces véhicules. Cependant, certains véhicules importés dans le cadre de circonstances particulières peuvent être exempts de ce droit.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'exportation de véhicules à moteur à l'Australie, communiquer avec Ray Buciak, Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5945. Télécopieur : (613) 996-4309.

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Téléphone : (613) 996-2225
Télécopieur : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

COSTA RICA — Un fabricant et exportateur de moules de haute précision, de moules métalliques et d'outils de précision veut conclure un accord d'entreprise conjointe afin d'acheter de nouvelles machines pour augmenter la production et les exportations. On peut se procurer un profil d'investissement auprès de M. Jacques Dupuy, C.P. 4540-1000, San José, Costa Rica. Tél.: (506) 334324 Télécopieur : (506) 235722.

COSTA RICA — Une société bien connue désire conclure un accord d'entreprise conjointe afin de fabriquer des composantes métalliques pour des interrupteurs et d'autres dispositifs électriques qui seront exportés vers les marchés de l'Amérique centrale et des Antilles. On peut obtenir un profil d'investissement auprès de M. Dupuy (voir l'annonce sur le Costa Rica ci-dessus).

COSTA RICA — Un fabricant de résistances électriques et d'autres composantes destinées aux appareils de chauffage industriels et ménagers recherche un partenaire en vue de fabriquer des chauffe-eau et des sècheuses industrielles et ménagères. On peut se procurer un profil d'investissement auprès de M. Dupuy (voir l'annonce sur le Costa Rica ci-dessus).

MEXIQUE — Une firme ayant comme clients principaux le gouvernement fédéral et les gouvernements des États désire importer du matériel de construction et des usines de traitement des eaux usées. Elle veut aussi discuter des possibilités d'entreprise conjointe, d'échange de technologie, de représentation et d'investissement. Communiquer avec Alberto Alvarez, Industrial Manager, Pyasa Ingenieros Civiles, S.A. de C.V., Insurgentes Sur

1877-303, Col. Guadalupe Inn, 01020 Mexico D.F. Tél.: 227-0200. Télécopieur: 550-6027.

MEXIQUE — Une compagnie désire importer des pièces d'automobiles du Canada ou représenter des fabricants de ces pièces. Joindre Alejandro Galindo Munoz, San Francisco 340-201, Col Del Valle, 03100 Mexico, D.F. Tél. : (525) 687-9248.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise de fabrication et d'ingénierie réputée offre la possibilité de partici-

per au capital (capital de risque : 200 000 \$) à des firmes ou des particuliers exerçant des activités établies d'exportation, qui sont étroitement, mais pas exclusivement, associés à l'industrie de l'accueil. Elle veut établir une division d'exportation pour le marketing et la vente à l'échelle internationale de produits de haute qualité déjà appréciés localement, destinés à l'industrie de l'accueil. Il existe aussi une possibilité d'élargir la gamme de produits manufacturés en la diversifiant. Les parties intéressées doivent envoyer, par courrier ou télécopieur, des détails supplémentaires à l'adresse suivante: Export Investment Opportunity, P.O. Box 9044, Newmarket, Auckland, New Zealand. Télécopieur : (649) 529-2035.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Un fabricant d'éléments hydrauliques et de machines utilisées dans l'ingénierie générale et l'aéronautique désire établir des relations d'affaires avec des entreprises semblables. Plus précisément, la société fabrique des moteurs à pistons et des pompes, des tuyaux à haute pression, des filtres, des moteurs hydrauliques, des organes de commande, et des réservoirs de surpression destinés à l'industrie aéronautique. Communiquer avec Evzen Rudolf, ingénieur technique, Strasnicka 783/1, 102 22 Prague 10-Hostivar, Tchécosl-

vaquie. Tél. : (0042 2) 752 141. Télécopieur : (0042 2) 752 568.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une compagnie désire entrer en contact avec des entreprises canadiennes pour la production éventuelle de nouveaux produits de télécommunications et électroniques ainsi que pour la coopération éventuelle en ce qui concerne la production mécanique et la conception d'outils. Actuellement, la société fabrique du matériel de courant porteur et des systèmes de transmission, des instruments de mesure et diverses pièces destinées à des systèmes de télécommunications. Joindre Josef Martinec,

directeur général, U nakladoveho nadrazi 6, 130 65 Prague 3-Zizkov, Tchecoslovaquie. Tél. : (0042 2) 772857. Télécopieur: (0042 2) 776345.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une entreprise qui fabrique une vaste gamme de matériel de mesure et d'inspection (pieds à coulisse, micromètres, calibres, dispositifs de mesure électroniques) recherche des partenaires pour la fabrication de ce matériel. La société s'intéresse aussi à la fabrication sous licence ou à la représentation en ce qui concerne des produits qui complèteraient sa gamme actuelle de produits. Joindre Borek Palounek, directeur commercial, SOMET, statni podnik, Modlanska 1, 415 88 Teplice, Tchecoslovaquie. Tél.: (0042 417) 3124. Télécopieur: (0042 417) 29077.

TCHÉCOSLOVAQUIE — Une firme qui fabrique des machines de construction, de terrassement et de transport (remorques surbaissées, compacteurs, balayeuses mobiles, broyeurs d'ordures) désire établir un accord de production coopérative ou d'investissement avec un partenaire étranger. Joindre Jan Langer, directeur technique, Stavostroj a.s., 549 01 Nove Mesto nad Metuji, Tchecoslovaquie. Tél.: (0042 441) 76111. Télécopieur: (0042 441) 71528/71620.

Débouchés commerciaux

Conférence et foire tenues en Floride :

Produits alimentaires et boissons...

Miami — Une exposition sur table, qui se tiendra dans cette ville de la Floride le 10 décembre 1992, permettra de faire la promotion des boissons et des produits alimentaires canadiens.

Le lendemain 11 décembre, il y aura une visite à la zone franche de Miami, ainsi qu'une rencontre avec des représentants de l'une des principales compagnies de croisière afin de discuter des procédures de fourniture de lignes de croisière.

Les organisateurs disent que, compte tenu des besoins d'approvisionnement des hôtels, des stations estivales et des lignes de paquebot de croisière, « le sud de la Floride offre un

vaste marché. » La région est également une porte d'accès commercial aux Antilles et à l'Amérique latine — régions qui enverront des agents et des distributeurs à cette manifestation. L'exposition de produits alimentaires et de boissons est organisée par le Canadian Government Office à Miami. Les coparrains sont le Consulat du Canada à Atlanta (Georgia) et le Haut-Commissariat du Canada en Jamaïque.

Les personnes qui désirent exposer leurs produits doivent communiquer avec le Canadian Government Office à Miami. Tél. : (305) 372-2352. Téléfax : (305) 374-6774.

...et technologie des soins de santé

Fort Lauderdale — Les entreprises canadiennes de technologie des soins de santé ont la possibilité de présenter leurs produits et services à un auditoire cible à la South Florida Health Care Conference, qui se tiendra dans cette ville les 15 et 16 octobre 1992.

L'auditoire cible comprend les utilisateurs finaux, les distributeurs, les revendeurs de produits à valeur ajoutée, les investisseurs et les cadres supérieurs dans le domaine des soins de santé (et les domaines connexes). La conférence, ayant pour thème: « Améliorer la qualité des soins de santé dans un environnement de compression des coûts », mettra l'accent sur les nombreuses possibilités lucratives de commerce, d'investissement et de transfert de technologie au sud de la Floride.

Cette région étant également la porte d'accès au commerce dans les Antilles et en Amérique latine, la conférence explorera aussi les possibilités d'exportation qu'offre ce marché aux entreprises canadiennes.

La conférence est parrainée par le Canadian American Business Alliance (CABA) du sud de la Floride.

Pour tous renseignements, communiquer avec le président de la CABA, Michael J. Donnelly (tél. : 305-782-1119); ou avec le Canadian Government Trade Office, Miami (tél. : 305-375-9287; téléfax : 305-374-6774).

Dénicher son partenaire à Global Connections

Markham — Pour les entreprises participant à la foire commerciale/conférence Global Connections'92, qui se tiendra dans cette ville les 14 & 15 octobre, l'expérience pourrait mener à la découverte de partenaires intéressants.

Global Connections attirera ceux qui songent à se lancer dans l'arène internationale et donnera aux industries de services l'occasion de faire valoir leurs compétences dans les secteurs du commerce et du partenariat.

Excel Marketing Inc, qui organise l'événement, en prépare également deux autres en collaboration avec le U.S. Department of Commerce: ces foires se tiendront en Georgie et en Caroline du Nord les 10 et 11 novembre, et aideront les manufacturiers canadiens à promouvoir leurs produits, surtout dans les secteurs de la technologie de l'environnement et des pièces automobile originales ou de rechange.

Pour renseignements, s'adresser à Régina Pearce, Excel Marketing Inc., Toronto. Tél.: (416) 534-3677. Téléfax: (416) 534-2739.

Foire de construction et de logement au Venezuela

Caracas — La foire de matériaux et de technologies pour l'industrie de la construction et du logement aura lieu dans cette ville du 23 octobre au 1^{er} novembre 1992.

Le secteur de la construction est l'un des secteurs les plus dynamiques, avec un taux annuel de croissance de 38 %. L'an passé, plus de 150 firmes ont par-

ticipé à la foire, qui a attiré 60 000 visiteurs, dont environ 35 000 étaient des professionnels de l'industrie.

Cette année, la manifestation s'accompagnera aussi une série de colloques et de conférences techniques.

Les entreprises qui désirent participer à la foire — les stands coûtent environ 240 \$ US le mètre carré — et

qui veulent obtenir d'autres informations doivent prendre contact avec l'ambassade du Canada, Torre Europa, 7^e étage, Ave. Francisco de Miranda, Campo Elegre, Caracas 1060, Venezuela. Tél.: (011-58-2) 951-6166/67/68. Téléfax : (011-58-2) 951-4950. Télex : (Code de destination : 31) 23377 (DOMCAN VE).

En vedette: le Prix d'excellence à l'exportation

L'AEC lance une invitation à son 49^e Congrès annuel

Les membres et les non-membres auront l'occasion de participer à l'une des manifestations les plus importantes dans le domaine de l'exportation, prévues pour cette année.

Le Festival Hong Kong 92

(suite de la page 1)

Edmonton, et Saskatoon.

Au moment d'aller sous presse, on confirme qu'au moins 44 personnalités et 14 délégations de Hong Kong viendront au Canada dans le cadre des promotions de **Festival Hong Kong 92** — ce qui indique clairement que les affaires et le commerce sont une partie importante de cette entreprise.

En fait, les relations commerciales se développent à un taux sans précédent: le commerce bilatéral a augmenté de plus de 500 p. 100 en terme de dollars, entre 1981 et 1990, pour se chiffrer maintenant à près de deux milliards par an.

L'afflux croissant, au Canada, de personnes de Hong Kong (environ 28 000 immigrants chaque année), a également des retombées économiques: le taux d'investissement de Hong Kong au Canada, à quatre milliards par an, dépasse son investissement partout ailleurs. Cette relation économique importante pourrait accorder au Canada un avantage de poids dans ses relations commerciales avec d'autres pays d'Asie, notamment la Chine.

Pour se renseigner sur Festival Hong Kong 92 et ses activités culturelles, s'adresser à David Lysne, (613) 995-9295. Pour renseignements d'ordre commercial, communiquer avec Dan Mrkich, (613) 995-6962. Tous deux sont à l'emploi du Ministère des Affaires Extérieures et Commerce International Canada, à Ottawa.

C'est le 49^e Congrès de l'Association des exportateurs canadiens (AEC) qui se tiendra du 4 au 6 octobre à l'hôtel Reine-Élizabeth de Montréal et au cours duquel on décernera le **Prix d'excellence à l'exportation canadienne**, point fort du Mois canadien du commerce extérieur.

Le Prix, parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et qui célèbre son 10^e anniversaire, sera remis le 5 octobre par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson.

Le Congrès annuel de l'AEC offre aux exportateurs de produits et services ainsi qu'aux entreprises fournissant des services aux exportateurs une occasion unique d'échanger connaissances et expérience avec d'autres exportateurs et avec des représentants du gouvernement, et d'établir de réseaux avec eux.

Il réunit également des représentants des milieux d'affaires, des syndicats, du gouvernement et de l'enseignement.

Cette année, le thème du Congrès, « Équipe Canada: La voie à suivre », sera élaboré par un panel qui discutera des éléments essentiels au bien-être économique du Canada dans un environnement mondial commercial de plus en plus interdépendant.

Cinq ateliers permettront de discuter des possibilités et des défis aux États-Unis, en Amérique latine, en Afrique, en Europe, au Moyen Orient et dans la région de l'Asie-Pacifique. D'autres thèmes seront discutés au cours de séances simultanées:

- le transport international; on examinera surtout les éléments permettant d'améliorer la compétitivité des transports;
- les nouvelles tendances et les faits nouveaux en matière de financement à

l'exportation;

- l'Accord de libre-échange nord-américain et son état actuel;

- un dialogue sur la façon dont le gouvernement et l'industrie peuvent collaborer plus efficacement pour former une équipe à l'exportation couronnée de succès;

- l'Accord de libre-échange nord-américain et l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis; on traitera de questions telles que les règles sur le pays d'origine, le remboursement des droits de douane et le règlement des différends;

- les barrières commerciales internationales;

- le commerce et l'environnement;

- des études de cas à partir des stratégies employées avec succès par trois récipiendaires des prix 1992 d'excellence à l'exportation;

- la maison de commerce comme « clé » des marchés d'exportation et l'utilisation réussie de la compensation;

Au moment de la rédaction du présent article, les conférenciers principaux, les panélistes clés et les animateurs (certains restent à confirmer) étaient notamment: M. Robert Bourassa, premier ministre du Québec; M. Michael H. Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur; M. Robert Clark, sous-négociateur canadien en chef de l'Accord de libre-échange nord-américain (et son homologue mexicain, le Dr. Jaime Zabludovsky); les directeurs de divers ministères et associations; et des présidents et directeurs généraux du secteur privé. Les personnes qui désirent obtenir de plus amples renseignements doivent communiquer avec Louise Doucet (AEC, Ottawa, tél. : (613) 238-8888, poste 225; téléfax : (613) 563-9218).



*République fédérale tchèque et slovaque***Débouchés dans le secteur des services non financiers**

Le présent article donne un aperçu de certains segments du secteur des services non financiers; il est fondé, dans une grande mesure, sur l'exposé qu'a fait, en novembre 1991, M. Jan Vanous, président de la PlanEcon Consulting Company, établie à Washington, D.C.

Compte tenu de la négligence, par le passé, des services non financiers en RFTS et de facteurs tels que la taille du marché, le potentiel de croissance, la concurrence et la rentabilité locales, PlanEcon estime qu'il existe des possibilités supérieures à la moyenne dans la majeure partie de ce secteur.

Les domaines les plus prometteurs sont les suivants : centres d'achat, supermarchés, quincailleries, réseaux de distribution en gros, services internationaux d'expédition, services de messagerie, services juridiques, services de gestion et techniques, services de sécurité électronique, hôtels et autres services de logement, agences de location de voitures, restauration rapide, câblodistribution et télévision ordinaire, jeux d'argent, chasse, chirurgie plastique, soins dentaires et écoles de langues.

Distribution et vente au détail

Sous le gouvernement communiste, les systèmes de distribution de nombreux produits (pièces d'automobiles et matériaux de construction) étaient hautement monopolistiques et combinaient en général les aspects du gros et du détail de la distribution en un seul organisme gouvernemental.

Les magasins de détail des réseaux de distribution appartenant à l'État sont maintenant offerts aux investisseurs privés.

L'avenir du secteur du commerce de gros est moins clair. D'une part, la privatisation pourrait offrir aux investisseurs la possibilité de gagner pratiquement le contrôle du système de distribution pour l'ensemble d'un secteur du marché. D'autre part, de nom-

breux grossistes sont fortement endettés, possèdent souvent des stocks invendables, et risquent de ne pas survivre au passage à la propriété privée. Quoi qu'il en soit, un vide existe dans le secteur du commerce de gros en RFTS et l'acquisition de systèmes existants comme le développement de nouveaux réseaux de commerce de gros pourraient offrir des débouchés importants aux investisseurs étrangers.

Le secteur du commerce de détail offre aussi des possibilités intéressantes, compte tenu du fait que pour presque tous les produits, la nouvelle concurrence privée manque en général de capitaux et de fournitures. Par exemple, un grand magasin dans une ville de taille moyenne où il n'existe pas de magasin semblable pourrait représenter un investissement prometteur.

Quant aux produits alimentaires, le nombre de magasins par rapport à la taille de la population est faible; en outre, 90 % des magasins existants occupent moins de 100 mètres carrés. Par conséquent, les supermarchés représentent d'excellentes possibilités; des entreprises hollandaises, allemandes, autrichiennes et espagnoles exercent déjà certaines activités dans ce secteur.

Pour ce qui est des opérations de détail, l'emplacement et la sécurité des fournitures sont évidemment les éléments clés de la réussite. Bien que certains produits occidentaux se vendent bien dans ce pays, il ne faut pas oublier que les consommateurs de là-bas ont des revenus limités et qu'ils sont sensibles aux prix. Par exemple, une chaîne de supermarchés hollandaise qui a ouvert neuf magasins dans la République tchèque vend 99 % de produits tchèques car les produits importés sont beaucoup trop chers.

Dans le cas de certains produits, les exemples du café Tchibo et de la gomme à mâcher Wrigley démontrent l'efficacité potentielle de réseaux de marketing

et de distribution bien organisés. Les représentants de Tchibo ont utilisé des campagnes éclair de marketing afin de couvrir chaque district en RFTS et ont réussi à y capturer pratiquement l'ensemble du marché du café. Wrigley a utilisé une stratégie semblable, fondée avant tout grandement sur une équipe efficace de ventes et de services aux clients. Celle-ci appuie les distributeurs et, en huit mois seulement, la société a réalisé un chiffre d'affaires de six millions de dollars.

Services commerciaux non financiers

Les cabinets d'avocats et de comptables occidentaux font de bonnes affaires en RFTS. Des cabinets d'avocats britanniques et américains y offrent des services d'experts-conseil et les grands cabinets de comptables y exercent aussi des activités. Même si les compétences extérieures se développent sûrement, par exemple dans le secteur de la comptabilité, les entreprises occidentales devraient être en mesure de conserver une part importante du marché, en particulier dans le domaine des services juridiques.

Un certain nombre de services de garde privés, récemment établis, réussissent assez bien sur le marché de la république fédérale. Au cours des prochaines années, les systèmes de sécurité électroniques seront probablement de plus en plus recherchés.

Hôtels, restaurants et services connexes

Le nombre de lits dans les hôtels de luxe a considérablement augmenté depuis novembre 1989. Par contre, on ne réussit toujours pas à répondre à la forte demande pour chambres de prix moyen (de 50 à 80 \$ la nuit). Si on arrive à accroître suffisamment à prix raisonnables, les hôtels de luxe pourront connaître des problèmes d'occupation.

(Voir page 7 — Les services)

Les services

(suite de la page 6)

MacDonalds prévoit s'installer à Prague d'ici la fin d'année. Plusieurs autres franchises de restauration rapide explorent aussi ce marché tout neuf. Par contre, les restaurants plus traditionnels risquent d'éprouver certaines difficultés à court terme car leurs prix doivent augmenter afin de refléter de plus près les prix des intrants.

Divertissement et publication

La câblodistribution offre de nombreux débouchés car le marché est relativement vaste. Les jeux d'argent sont un autre secteur à croissance.

Soins de santé et services médicaux

La désintégration continue du système de fournitures aux hôpitaux pourrait entraîner l'effondrement, ce qui offrirait des possibilités aux sociétés occidentales dans le secteurs de la distribution de fournitures médicales et des services hospitaliers et médicaux (c.-à-d. l'administration et la gestion des soins de santé).

Services de réparation

Malgré une concurrence locale importante, la prestation de services spécialisés (c.-à-d. relatifs aux transmissions d'automobiles, aux freins, etc.) devrait croître. On pourra, en particulier, trouver un créneau sur le marché de la RFTS pour les ateliers de réparation franchisés.

Pour plus de renseignements, communiquer avec la Direction commerciale, Ambassade du Canada, Na Petynce 120, 169 00 Prague 6, Tchécoslovaquie. Télécopieur: (011-42-2) 355 476.

On peut aussi s'adresser à la Direction de l'expansion du commerce en Europe centrale et de l'Est (RBT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Télécopieur: (613) 995-1277.

Le Brésil réduit les tarifs sur l'informatique

Le 22 juillet 1992, le gouvernement du Brésil a établi une nouvelle échelle de tarifs à l'importation en ce qui concerne les produits informatiques. D'autres réductions suivront en octobre 1992 et juillet 1993. Le tarif d'importation moyen passera de 40 à 30 % en 1992, puis à 25 % en 1993.

La nouvelle politique montre que le gouvernement brésilien est déterminé à continuer à libéraliser ce secteur.

Grâce à ces tarifs inférieurs (qui figu-

rent sur le tableau annexé des tarifs par secteur (en pourcentage)), les fournisseurs canadiens devraient accéder au marché plus facilement.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Luis Bustos, chargé de dossier - Brésil, Direction du commerce avec l'Amérique Latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-5549. Téléfax : (613) 943-8806.

BRÉSIL — Tableau des nouveaux tarifs d'importation des produits informatiques

	Précédents	Juillet '92	Oct. '92	Juillet '93
A) Produits finaux	50	45	40	35
B) Cartes de circuit imprimé installées	50	40	35	30
C) Modules	35-50	30-40	25-35	20-30
D) Composantes de semi-conducteurs	40	20	—	15
E) Cartes de circuit imprimé non installées	30	20	—	15
F) Composantes critiques	30-50	Hors taxes	—	—

Protection de l'environnement

La publication *The Potential Brazilian Market for Canadian Products and Services in the Environmental Protection Field* (n° 163LA) fournit des renseignements sur les besoins du Brésil dans des domaines tels que l'assainissement de base, la gestion des déchets, le contrôle de la pollution industrielle et la conservation de l'écosystème.

Le rapport indique aussi — comme l'a fait EcoBrasil'92, l'exposition internationale récente de technologies environnementales qui s'est tenue à Sao Paulo — qu'il existe une forte demande de savoir-faire canadien dans les do-

maines du nettoyage de la pollution et des systèmes de contrôle. Les entreprises qui désirent recevoir cette publication sur les nouveaux débouchés commerciaux doivent communiquer avec Info Export (voir l'encadré au bas de cette page, et mentionner le numéro de code de la publication.)

Pour d'autres renseignements sur le marché au Brésil auprès de Sven Blake, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), AECEC, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 996-4199. Télécopieur : (613) 943-8806.

*Le Liban***Un ancien partenaire avec un nouvel essor**

Le Liban, qui fut longtemps l'un des plus importants partenaires commerciaux du Canada au Moyen-Orient, commence à se redresser après 16 ans de déchirements internes.

L'ambassade du Canada à Amman, chargée des relations avec le Liban, estime que plusieurs secteurs offrent de bons débouchés aux exportateurs canadiens, notamment dans le domaine des télécommunications, de l'énergie, de la construction, de l'agro-alimentaire et du génie-conseil.

L'an prochain, dans le cadre du plan d'urgence, 2 milliards \$US seront dépensés pour réparer les services d'aqueduc, électriques et de télécommunications.

Beyrouth, jadis surnommée le "Paris du Moyen-Orient", a extrêmement souffert de la guerre. Le gouvernement libanais prévoit un énorme effort de reconstruction de la ville. Des dizaines de milliards de dollars y seront consacrés.

L'an prochain, dans le cadre du plan d'urgence, 2 milliards \$US seront dépensés pour réparer les services d'aqueduc, électriques et de télécommunications. Une bonne partie de ces travaux seront financés avec de l'aide étrangère, dont celle de l'Arabie saoudite qui a déjà versé 60 millions \$US. Par ailleurs, un groupe de pays parrainé par la Banque mondiale s'est déjà engagé à une aide de 700 millions \$US.

Des sociétés américaines, françaises et italiennes, entre autres, font actuellement des pieds et des mains pour décrocher d'importants contrats. Par exemple, la société Bechtel a obtenu un contrat d'importance pour élaborer un plan directeur de reconstruction en association avec des partenaires libanais et une entreprise italienne a commencé à exécuter un projet de 30 millions \$ en vue

d'améliorer le système d'approvisionnement en eau. L'ambassade indique que d'autres services techniques et consultatifs seront requis afin d'aider à la remise à neuf de secteurs clés, dans lesquels les exportateurs canadiens ont une solide réputation et une expérience reconnue.

Le ministère du Logement estime que 286 000 habitations ont été endommagées pendant la guerre et que 35% doivent être entièrement reconstruites. La situation est la même en ce qui concerne les immeubles industriels, agricoles et commerciaux. L'infrastructure de transport est aussi à restaurer.

Les systèmes de télécommunications ont été lourdement endommagés par la guerre civile et le mauvais service offert par les PTT d'Etat a poussé de nombreuses entreprises à avoir recours à des systèmes téléphoniques par satellite ou cellulaires afin de maintenir les liaisons avec l'étranger. Des systèmes téléphoniques privés ont vu le jour et le gouvernement compte faire de grands investissements pour reprendre la situation en main.

Même problème dans le secteur de l'énergie où les groupes électrogènes privés abondent. Les pannes majeures sont monnaie courante, si bien que la population doit se contenter de six à huit heures de service par jour.

Electricité du Liban (EDL), qui dessert 85% du pays, possède des ressources hydro-électriques considérables,

Les exportateurs doivent établir le plus rapidement possible des relations commerciales avec des partenaires libanais pour tirer profit du grand nombre de débouchés à court et à moyen termes offerts par les investissements gouvernementaux dans la reconstruction.

mais elles sont entièrement exploitées. EDL a laissé savoir qu'en plus de rénover complètement son réseau elle devait augmenter sa capacité de 2400 mW au cours de la prochaine décennie. Ces travaux sont évalués à plus de 3,4 milliards \$.

Une société japonaise a récemment terminé la réparation de deux centrales de 70 mW qui ne fonctionnaient pas depuis 1982, et l'Italie vient de signer un accord de fourniture de turbines à gaz.

Les exportateurs doivent établir le plus rapidement possible des relations commerciales avec des partenaires libanais pour tirer profit du grand nombre de débouchés à court et à moyen termes offerts par les investissements gouvernementaux dans la reconstruction. D'autre part, le secteur privé toujours fort dynamique du Liban est constamment en quête de nouveaux produits et services, et ce dans quel que secteur que ce soit.

Pour plus d'information sur les débouchés au Liban, communiquer avec la Division Afrique et Moyen-Orient (GBTE), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2. Tél: (613) 990-5985; télécopieur: (613) 990-7431.

On peut aussi s'adresser directement à l'ambassade du Canada en Jordanie, C.P. 815403, Amman. Télécopieur (011-962-6) 689-227. Télex: (code de destination 0493) 23080 (23080 CANAD JO).

À noter

L'ambassade du Canada à Pékin est déménagée à l'adresse suivante : 19, rue Dong Zhi Men Wai, Pékin, R.P.C. 100600. Ses numéros de téléphone (011-86-1-532-3536) et de télécopieur (011-86-1-532-4072) sont inchangés.

Secteurs prioritaires pour les Canadiens au Mexique

Comme l'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira à l'industrie canadienne de nouvelles perspectives sur le marché mexicain, nous entreprenons dans ce numéro une série sur les débouchés possibles qui s'offrent dans ce territoire mal connu de nos entreprises. Cette introduction au marché mexicain nous a été préparée par la section commerciale de l'Ambassade du Canada à Mexico et le premier volet de la série touche le secteur de l'agro-alimentaire. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, contacter l'agent de pupitre de Mexico, Direction générale des Antilles et de l'Amérique latine, AECEC. Téléfax: (613) 943-8806. Téléphone: (613) 995-8804.

SECTEUR DE L'AGRICULTURE D'AFFAIRES

(produits alimentaires, poisson, céréales et oléagineux)

À l'heure actuelle, le Mexique importe, des produits agricoles et alimentaires pour plus de 2 milliards de dollars par an. Étant donné les conditions climatiques dans chaque pays, les secteurs agricoles au Canada et au Mexique sont plus complémentaires que concurrentiels l'un par rapport à l'autre.

Le Mexique continue à être un marché important pour les céréales, les oléagineux et les produits canadiens, et il existe des possibilités d'exporter du blé panifiable, des graines et de l'huile de colza canola ainsi que des cultures spéciales pour plus de 100 millions de dollars par an. Il existe également de bonnes possibilités pour l'exportation de céréales fourragères canadiennes telles que l'orge, ainsi que de l'orge brassicole ou du malt destinés à l'industrie croissante de la brasserie au Mexique. Dans ce pays, le cheptel bovin reflète le fait que la terre arable et l'approvisionnement en eau sont limités, et surtout que l'offre et la demande dans les secteurs des céréales et des oléagineux sont très déséquilibrées. Le pays n'est pas susceptible de devenir autarcique en ce qui concerne le bétail ou la viande dans un proche avenir. Par conséquent, on prévoit une demande croissante de bétail de reproduction, de porc et de produits carnés.

Le marché des produits alimentaires transformés offre également des débouchés importants aux entreprises canadiennes. En raison des changements dans les modes d'alimentation des Mexicains, attribuables à l'urbanisation et aux revenus supérieurs produits par des conditions économiques meilleures, des produits alimentaires canadiens spéciaux, tels que les biscuits et les petits gâteaux secs, les pommes de terre congelées et d'autres produits congelés et micro-ondeables, l'eau embouteillée, les aliments cuisinés et les casse-croûte, ont trouvé un créneau de marché au Mexique en concurrence avec de nombreux produits alimentaires américains.

Au Mexique, la consommation totale apparente de poissons, de crustacés, de mollusques et de leurs produits a augmenté en moyenne de 13 % pendant les quatre dernières années et dépasse un million de tonnes actuellement. On prévoit que le marché mexicain de ces produits continuera à augmenter à un taux annuel moyen de 3,5 % jusqu'à 1,2 milliard de dollars US, d'ici 1994. Le Canada détient une part

moyenne de 4,2 % de ce marché d'importation (qui représente 8 % de la consommation totale). Les exportations canadiennes consistent surtout en poissons frais et congelés transformés, principalement le saumon, la morue et le merlu, le homard et le crabe. De bons débouchés existent aussi en ce qui concerne la technologie et le matériel de capture et de transformation du poisson.

Le Mexique doit compter sur dépendre les importations pour fournir des produits alimentaires de base et des produits transformés à sa population croissante. En raison de ses capacités limitées dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche, en conséquence, le marché agro-alimentaire mexicain offre de nombreuses possibilités, et un meilleur accès à ce marché permettrait aux entreprises canadiennes de tirer parti des percées réalisées jusqu'à présent.

LE TRANSPORT CANADA-MEXIQUE

La brochure *Services de transport entre le Canada et le Mexique* (49LF), qui s'inscrit dans le cadre d'une série de publications destinées à répondre aux besoins des exportateurs canadiens en matière de distribution et de transport, fournit des renseignements descriptifs et statistiques sur les moyens de transport entre le Canada et le Mexique, ainsi que des analyses de chacun de ces moyens.

En plus de renseigner sur les moyens de transport par route, par rail, par mer et par air, ce guide de marché met l'accent sur les cas précieux avec lesquels les nouveaux exportateurs au Mexique devraient se franchiser avant d'expédier des marchandises vers le sud.

Il contient également des informations sur les transitaires, les installations d'entreposage, les intervenants mexicains dans le domaine du transport, les entreprises et les personnes-ressources. On se procure ce guide, produit par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Nouvelles affectations pour ces délégués commerciaux

Alger — J. Morrow
 Alger — J. Broadbent
 Amman — M. Abou-Guendia
 Ankara — R. Henry
 Atlanta — J. Graham
 Auckland — J. Schwartzburg
 Bangkok — A. Pag
 Barcelone — R. F. Désamoré
 Beijing — G. Manuge
 Beijing — G. Potvin
 Bonn — F. Hess (investment)
 Bonn — G. Tognet
 Bonn — E. Mallory
 Boston — M. Rooney
 Bruxelles (EEC) — S. Brereton

Bucharest — T. Greenwood
 Buenos Aires — D. Cohen
 Buenos Aires — K. Beacock
 Buffalo — J-G Tardif
 Canberra — R. Pudifin
 Canberra — P. MacArthur
 Caracas — D. Goldfield
 Chicago — C. Patton
 Consulat General (NY) — N. Guérin
 Dallas — W. Maybee
 Dayton — A. Lyons
 Detroit — N. Dellavalle
 Dusseldorf — C. Nagy
 Helsinki — L. Battel
 Hong Kong (langue) — S. Fraser

Hong Kong — A. Argyris
 Houston — S. Szukits
 Jakarta — L. Gies
 Kingston — D. Shearer
 Kingston — I. Burchett
 Kuala Lumpur — D. Mulroney
 Koweït — D. Abletta
 Koweït — R. Farrell
 Lima — R. Mailhot
 Londres — P. MacKinnon (investissement)
 Londres — M. Clark
 Londres — C. Latour
 Manille — D. Bishop
 Manille — D. Caldwell
 Melbourne — G. Rishchynski
 Milan — N. Lomow
 Minneapolis — R.C. Lee
 Moscou — V. Smith
 Nagoya — R. Mason
 New York — A. Dann
 New York — N. Guérin
 Orlando — M. Saucier
 Paris — L.R. Kohler
 Paris — P. Boulanger
 Philadelphie — G. Lemieux
 Princeton — B. Leger
 Rabat — R. Marceau
 Riyadh — G. Rassam
 Rome — D. Shortall
 Rome(FAO) — A. Andrigoe
 San Juan — G. Milot
 San José — D. Jacques
 Santa Clara — L. Branch
 Santa Clara — C. Miller
 Sao Paulo — S. Blake
 Seattle — R. MacNab
 Seoul — D. Daley
 Seville — P. Veilleux
 Singapore — M. McCormack
 Stockholm — C. Thornley
 Sydney — F. Uy
 Teheran — D. Haro
 La Haye — P. Brettle
 Tokyo — S. Wilson
 Tokyo — L. Scanlon
 Tokyo — G. Brunet
 Tokyo — M. Romoff
 Washington — C. Duguay
 Washington — D. Weiner
 Washington — D. Buxton
 Wellington — K.L. McFarlane

CONTRATS DÉCROCHÉS

Chemetics International Company Limited, Vancouver, a obtenu, avec **Phoenix Pulp and Paper of Thailand**, un contrat de fourniture de services, de matériel et d'équipement d'ingénierie destinés à une usine intégrée de blanchissement de produits chimiques. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) financera 5 720 000 \$ US et la Banque Canadienne Impériale de Commerce prêtera, quant à elle, un montant supplémentaire de 4 300 000 \$ US pour soutenir la vente.

National Oilwell Canada Ltd., Calgary, a conclu une vente d'équipement avec la Commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde grâce à un financement pouvant atteindre 141,500 \$ US accordé par la Société pour l'expansion des exportations (SEE). National Oilwell est une entreprise bien connue dans le secteur pétrolier et gazier, où elle a remporté d'importants succès à l'exportation.

Varnet Corporation, de Montréal, a conclu un accord avec **Carlson Systems Corporation** d'Omaha (Nebraska). Le contrat, d'une valeur de 1,8 million de dollars, prévoit l'installa-

tion et la distribution de modules de logiciels.

Bell Helicopter Textron, d'Ottawa, a décroché un contrat portant sur la fourniture d'un hélicoptère 206L III à un acheteur tchécoslovaque. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) finance la transaction jusqu'à concurrence de 960 000 \$ US.

La société **Générale électrique du Canada Inc.** vient de conclure avec le Mexique un contrat de vente de moteurs électriques à courant continu et de services connexes, grâce à un financement de 1 033 millions de dollars US que lui a consenti la SEE.

Saskatchewan Telecommunications International Inc. (SaskTel International) fournira du matériel et des services de télécommunications à la République des Philippines. La SEE offrira un financement pouvant atteindre 11,45 millions de dollars CAN, tandis que l'Agence canadienne de développement international (ACDI) accordera à ce projet une subvention maximale de 6,2 millions de dollars CAN.

Études disponibles sur le marché mexicain

Les entreprises intéressées à étendre au Mexique leurs activités de promotion voudront obtenir copie des "Études sectorielles de marché" produites par Affaires Extérieures et Commerce International Canada (AECEC) :

- Etude du marché mexicain du matériel, des semences et des produits chimiques utilisés en agriculture (1990) 17LF
- Etude de marché sur les fabricants d'automobiles et de pièces d'automobiles au Mexique (1990) 18LF
- Etude de marché des logiciels au Mexique (1990) 19LF
- Etude de marché sur les systèmes d'éducation au Mexique 20LF
- Etude de marché sur des composants électroniques au Mexique (1990) 21LF
- Etude du marché mexicain du matériel d'exploitation forestière et de façonnage de bois (1990) 22LF
- Etude du marché du fer et de l'acier au Mexique 23LF
- Etude du marché sur les machines-outils et le matériel de métallurgie au Mexique (1990) 24LF
- Etude du marché sur l'industrie pétrolière mexicaine (1990) 26LF
- Etude du marché mexicain du matériel de sécurité 53LF
- Etude du marché mexicain des équipements de lutte contre la pollution et de protection de l'environnement (1990) 27LF
- Documents d'expédition et réglementation douanière-exportation vers le Mexique (1990) 28LF
- Etude du marché mexicain des articles de sport et des produits de loisir (1990) 29LF
- Etude du marché du matériel et des systèmes de télécommunications au Mexique (1990) 30LF
- Etude du marché mexicain des équipements touristiques et de l'équipement d'hôtellerie et de restaurant (1990) 31LF
- Services de transport entre le Canada et le Mexique (1991) 40LF
- Etude du marché sur l'industrie des plastiques 50LF
- Etude du marché mexicain du poisson

et les produits de pêches 121LF

On peut se procurer ces études auprès d'Info Export, par téléphone: 1-800-267-8376 ou par télécopieur: (613) 996-9709

Le commerce bilatéral Canada-Mexique a atteint les \$3 milliards en 1991 et promet de doubler de volume au cours de la présente décennie. La perspective imminente d'un Accord de libre-échange nord-américain avive l'intérêt envers le marché mexicain et nous encourageons nos sociétés qui ne l'auraient

pas encore fait à explorer ces nouveaux débouchés. Certaines de nos entreprises y font déjà de bonnes affaires et il y a place pour beaucoup d'autres.

Si vous souhaitez discuter davantage des stratégies de promotion qui répondraient le mieux à vos besoins, on vous invite à communiquer avec Marcel Lebleu, délégué commercial responsable du pupitre mexicain, à la Direction générale de l'Amérique latine et de Antilles, AECEC. Téléphone: (613) 995-8804 Télécopieur: (613) 943-8806.

PUBLICATIONS

Accès au marché indien

La brochure *Aspects pratiques de l'accès au marché indien* (237CB), récemment publiée par la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique Sud (PST) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, contient des renseignements sur la documentation, les règlements relatifs à la quarantaine, la politique en matière d'importation et d'exportation, les règlements douaniers, la concession de licences, les considérations non tarifaires, les prohibitions et d'autres questions pertinentes.

Il est possible de se la procurer, en mentionnant le numéro de code, auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page 12).

Pour de plus amples renseignements sur l'exportation à l'Inde, communiquer avec Michael Wondergem (PST). Tél. : (613) 996-5903. Télécopieur : (613) 996-4309.

Marché de 60 millions de dollars

Le marché australien de produits de technologie de pointe a une valeur de 14 milliards de dollars, dont environ 50 à 60 millions de dollars sont attribués à l'industrie de la conception, de la fabrication et du génie assistés par ordinateur (CAO/FAO/GAO).

La brochure *A Brief Guide to the*

CAD/CAM/CAE Market in Australia, produite par le consulat du Canada à Melbourne, suggère que c'est le moment propice pour les sociétés canadiennes de se pencher sur ce marché — un marché qui est à l'« étape embryonnaire ».

Comme l'Australie sort d'une période de récession, on prévoit qu'il y aura un besoin grandissant de cette technologie dans les domaines de l'architecture, du génie et de la construction. Comme domaines de croissance importante — qui pourraient offrir des possibilités aux entreprises canadiennes compétitives — on note les applications dans l'exploitation minière, la topographie, les municipalités, la simulation et l'animation.

Pour obtenir des renseignements plus précis sur l'industrie australienne et les possibilités d'exportation qui s'offrent aux sociétés canadiennes, communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce en Asie et Pacifique-Sud, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, prom. Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2. Tél. : (613) 995-7652. Télécopieur : (613) 996-4309; ou s'adresser directement à Helen Rowell, Commercial Officer, Canadian Consulate, 6th Floor, 1 Collins Street, Melbourne, Victoria, 3000, Australia. Tél. : (03) 654-1433. Télécopieur : (03) 650-5939.

PUBLICATIONS

Répertoire des foires commerciales

Le répertoire *International Trade Fairs Conferences Directory 1992-93* contient une liste alphabétique de plus de 3 500 expositions ayant lieu dans environ 75 pays. Chaque liste fournit une brève description du salon, des dates, de la fréquence, de l'emplacement, de la participation, du secteur du marché, du nombre d'exposants et des détails sur la façon de communiquer avec l'organisateur.

Guide autorisé pour les exposants et les visiteurs, le répertoire énumère aussi les salons sur le plan géographique et par classification industrielle. Pour se renseigner, communiquer avec Co-Mar Management Services Inc., 366, rue Adelaide est, bureau 339, Toronto (Ontario) M5A 3X9. Tél. : (416) 364-1223. Télécopieur : (416) 364-6557.

Guide de transport

Les entreprises d'expédition, petites et moyennes, qui éprouvent souvent des incertitudes au sujet du transport vers des marchés lointains, trouveront probablement utile la brochure intitulée *Guide du transport pour les exportateurs* (106TF). Le guide couvre tous les modes de transport et met l'accent sur les services et le matériel utilisés. Parmi les sujets décrits, mentionnons les intermédiaires de transport (p. ex. les transitaires, qui peuvent grandement aider les exportateurs à traiter des complexités du transport international), et les exigences en matière de documents et d'assurance (connaissances, bordereaux d'expédition aérienne, assurance des marchandises).

Les sociétés qui veulent se familiari-

ser davantage avec le transport international — et devenir ainsi plus compétitives sur le marché mondial — peuvent obtenir un exemplaire du guide auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Étude sur les États-Unis, disponible sur disquette

L'étude intitulée *Telecommunications Market Study: Southeast United States* (#100UA), effectuée par le consulat du Canada à Atlanta (Georgia), n'est disponible que sur disquette WP 5.1.

Axée sur les besoins des petits et moyens fournisseurs canadiens qui envisagent de se lancer sur le marché du sud-est des États-Unis, l'étude met l'accent sur les principaux fournisseurs, fabricants, fournisseurs de services téléphoniques, ainsi que sur les intermédiaires. Elle contient une liste des principaux décideurs dans la région.

Pour se procurer un exemplaire de la disquette auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

À la recherche de l'investissement

Des sociétés canadiennes de toutes tailles, qui désirent étendre leurs activités, recherchent, à l'étranger, des coinvestisseurs qui offrent des capitaux, de la technologie ou l'accès à de nouveaux marchés. Elles auraient avantage à lire la brochure intitulée *La recherche de coinvestisseurs à l'étranger : La planification de votre premier voyage de prospection de l'investissement international* (78XF). Cette publication a été produite à l'intention du Programme de développement de l'investissement du Canada et de ses ministères partici-

pants : Investissement Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, et Industrie, Sciences et Technologie Canada.

La brochure, qui vise à aider les entreprises à planifier et à préparer un voyage à l'étranger pour rencontrer des coinvestisseurs potentiels, offre des conseils pratiques sur la manière de concevoir et d'organiser la première visite, et d'éviter les pièges les plus courants. Il est possible d'en obtenir des exemplaires auprès d'Info Export (voir l'encadré au bas de la page).

Au Calendrier

Toronto — Le 7 octobre — Une conférence d'un jour organisée par le Conseil canadien pour les Amériques permettra d'informer les entreprises canadiennes des possibilités de commerce et d'investissement ainsi que des débouchés au Belize, au Costa Rica, au El Salvador, au Guatemala, au Honduras, au Nicaragua et au Panama. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec le Conseil. Tél. : (416) 367-4313. Téléfax : (416) 367-5460.

Toronto — 19-20 octobre — La Canada-U.S. Business Association (CUSBA) Conference, en conjonction avec le Secrétariat binational, sections du Canada et des États-Unis, mettra l'accent sur le thème suivant : «Différends commerciaux : mécanismes de règlement et perspectives d'avenir». Communiquer avec la CUSBA, Etobicoke (Ontario). Tél. : (416) 621-1507. Téléfax : (416) 620-5392.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation

Port payé Postage Paid

NBRE BLK

T-3691

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N° 17

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
15 octobre 1992

OCT 16 1992

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
BUREAU DE LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

La Banque de données sur le commerce

Il est maintenant possible aux usagers gouvernementaux et non gouvernementaux d'avoir accès aux données annuelles concernant les importations et les exportations de 66 grandes nations commerciales. La banque fonctionne sur le principe du recouvrement des coûts.

La Banque de données sur le commerce international d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada donne aussi accès aux données (regroupées) de la Communauté européenne (CE) et de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Les données, disponibles à partir de 1962 pour la plupart des pays industrialisés, fournissent des renseignements sur les échanges commerciaux par région et par partenaire commercial et sont compatibles avec le *Standard International Trade Commodity Classification (SITC)* employé par les Nations Unies.

Au total, la banque de données contient des renseignements sur les échanges commerciaux de quelque 2 600 à 4 400 produits. Puisque les données servent à indiquer les mouvements de marchandises à l'échelle internationale, les sommes fournies en devises locales sont converties en milliers de dollars US aux cours en vigueur. La Banque de données fournit aussi, dans certains cas, des données quantitatives (normalement exprimées en tonnes métriques) sur certains produits et sur certains pays déclarants.

Les rapports sont disponibles sous forme d'imprimés laser, de bande magnétique, de cartouche ou de disquette, en version anglaise, française ou bilingue.

La Banque fonctionne selon le principe du recouvrement des coûts. Le client reçoit au préalable une évaluation
(Voir page 2 — Banque.)

Les lauréats

Le Prix d'Excellence 1992 : hommage aux exportateurs canadiens

Le 5 octobre — et à l'occasion de son 10^{ième} anniversaire d'existence, le Prix canadien d'Excellence à l'exportation a été décerné à 14 sociétés canadiennes par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, M. Michael H. Wilson.

Cette remise de prix qui s'est tenue au 49^{ième} Congrès de l'Association des exportateurs canadiens marque l'un des temps forts d'une série d'événements à caractère commercial qui se tiennent un peu partout au Canada lors du Mois canadien du commerce extérieur.

Le Prix d'excellence à l'exportation canadienne, parrainé par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, est décerné à des entreprises canadiennes qui ont fait preuve de leur capacité de croître et de prospérer sur les marchés mondiaux. C'est un symbole de la réussite et de l'excellence de l'exportation des biens et services canadiens dans toutes les régions du monde.

Depuis la création du programme, 124 lauréats, choisis parmi 2 000 candidats, ont reçu un Prix. Cet année, les gagnants sont :

- Aqua Health Ltd. — Charlottetown (île-du-Prince-Édouard)
- RIVIERA CONCEPTS INC. — Don Mills (Ontario)
- DU PONT CANADA INC. — Mississauga (Ontario)
- Standard Aero Limited — Winnipeg (Manitoba)
- EICON Technology — Montréal (Québec)
- VAS-CATH INCORPORATED — Mississauga (Ontario)
- Hartford Fibres Ltd. — Kingston (Ontario)
- Weatherhaven Resources Ltd. — Burnaby (Colombie-Britannique)
- IBM Canada Ltée - Fabrication et développement — Markham (Ontario)
- Whitewater West Industries Ltd. — Richmond (Colombie-Britannique)
- LAB Chrysotile, Inc. — Thetford Mines (Québec)

• LES BREUVAGES NORA INC. — Mirabel (Québec)

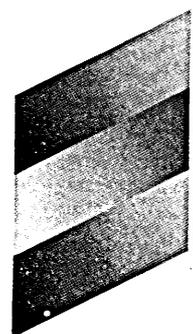
• Nortech Surveys (Canada) Inc. — Calgary (Alberta)

• Riese-Vermont Canadian Lake Wild Rice — La Ronge (Saskatchewan)

DANS CE NUMÉRO

- Femmes d'affaires en Asie* 2
- Débouchés commerciaux* 3
- La BERD, c'est aussi pour vous* .. 5
- Les alliances stratégiques* 6
- Secteurs prioritaires au Mexique* 7
- Publications et calendrier* 12

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

UN REGARD NOUVEAU SUR L'EXPORTATION

Les femmes d'affaires et l'Asie

C'est d'abord le titre qui m'a accrochée : ca n'est pas fréquent de voir un ouvrage traitant des femmes d'affaires canadiennes. C'est encore plus rare de traiter de celles qui font des affaires en Asie. Et comme j'ai trouvé captivant de lire cette étude de soixante pages, j'en fais le sujet de mon premier éditorial.

Canadian Women Doing Business in Asia est une production conjointe d'Industrie, Science et Technologie Canada (ISTC), de Vancouver, et de la Asia Pacific Foundation of Canada (APFC). Ce rapport se fonde sur des entrevues réalisées auprès de 22 femmes d'affaires canadiennes, chacune comptant au moins deux ans d'expérience sur le marché. Il fait une sérieuse entorse au mythe bien répandu qu'il est difficile aux femmes de faire des affaires en Asie. Au fait, les entrevues font ressortir que plusieurs habiletés souvent très présentes chez les femmes, comme la flexibilité, l'approche davantage participative et consultative, la capacité d'écoute et l'accent sur les relations interpersonnelles, s'avèrent particulièrement adaptées à la pratique des affaires en milieu asiatique. On pourrait même ajouter que ces qualités risquent de conférer des avantages certains à ceux et celles qui réussiraient à les développer.

L'impression qui se dégage des expériences vécues par les interviewées, c'est que la réticence, lorsqu'elle se manifeste, se trouve davantage chez les chefs d'entreprise d'ici, qui hésitent encore souvent à affecter des femmes sur ce marché encore peu connu. S'il est vrai que les Asiatiques, quant à eux, font souvent preuve d'une certaine réserve initiale dans leurs relations d'affaires, cela ne tient pas tant au fait qu'ils aient à traiter avec des femmes, mais plutôt avec des "étrangers". Ils chercheront d'abord, avant d'accorder leur confiance, à évaluer les réactions des nouvelles-venues dans une société qui ne leur est pas familière et bien différente du Canada.

Confiance. Voilà un mot-clé de la réussite en affaires, en Asie comme en Afrique ou dans tout autre marché étranger. Et l'établissement d'une relation faite de confiance mutuelle ne se fait pas en quelques jours : il suppose qu'on y consacre du temps et de l'attention. Les transactions commerciales proprement dites viendront ensuite.

Les femmes citées dans cet ouvrage parlent également de l'importance de préparer et bien connaître ses dossiers, et plusieurs soulignent que ces éléments, ajoutés à des facteurs tels que l'âge ou la position hiérarchique, jouent bien plus que le fait que l'on soit homme ou femme. Et à propos de la position hiérarchique, on nous rappelle combien la carte d'affaires peut se révéler un outil de travail essentiel en terrain asiatique, pour y démêler ou décoder qui sont les vrais preneurs de décisions.

En plus d'offrir des observations valables pour l'ensemble du continent, *Canadian Women Doing Business in Asia* consacre un chapitre à chaque marché : République populaire de Chine, Hong Kong, Japon, Indonésie, Taiwan et Thaïlande. On y discute des particularités de chaque région en ce qui a trait aux pratiques d'affaires en général, à la façon d'y nouer des contacts, aux négociations de contrats, etc.

Parce qu'il bouscule des idées reçues et propose une gamme d'interventions adaptées à la réalité asiatique, ce rapport mérite de figurer sur les rayons de votre bibliothèque, pour peu que vous vous intéressiez à ce marché.

N.B. On peut en obtenir copie auprès de Linda Peach, recherchiste et coordinatrice du projet, au Centre du commerce international de Vancouver, Tour Scotia, bureau 900, 650, rue Georgia ouest, C.P. 11610, Vancouver V6B 5H8. Tél. : (604) 666-1418. Fax : (604) 666-8330.

Sylvie Bédard
Rédacteur en chef

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Tél. : (613) 996-2225
Fax : (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

Rédacteur : Don Wight

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AEGEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Banque (Suite de la première page.)

de ce qu'il lui en coûtera, les coûts variant suivant le nombre de produits (SITC), de pays partenaires et de pays déclarants visés, et en fonction des années et des options.

Communiquer avec M. J. Flood (tél. : 613-992-6941) ou avec M. Swarts (tél. : 613-995-3711), Banque de données sur le commerce international, Direction des services de bibliothèque (BMS).

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

AUSTRALIE - Un des plus importants fabricants australiens de mobilier de plein air en plastique désire créer une association avec des compagnies canadiennes pour l'octroi de licences ou l'échange de moules pour les articles de comptoir. Il n'est pas nécessaire que les produits soient liés au mobilier, mais ils doivent être compatibles avec l'utilisation de machines de moulage par injection de 2 500 et 1 350 tonnes.

Communiquer avec Jack Chen, J.C. Tanloden Pty Ltd., 8 White Street,

Clayton, Victoria 3168. Tél. : (03) 543-2077; fax : (03) 543-1725.

AUTRICHE - Les sociétés qui souhaitent établir des opérations industrielles ou d'autres types d'entreprises dans le sud de l'Autriche trouveront utiles les services d'Eco Plus. Propriété du gouvernement du sud de l'Autriche, Eco Plus, qui administre quatre parcs industriels, appuie les industries qui veulent s'établir dans la région. Pour plus de renseignements, communiquer avec Eco Plus, Corporation for Industrial Development and Regionalisation in Lower Austria, Lugeck 1, P.O. 1476, A-1011 Vienne (Autriche). Tél. : 43-1-513 78 50-35. Fax : 43-1-513 78 50-44.

BRÉSIL — Une entreprise brésilienne bien établie représente déjà un certain nombre d'entreprises canadiennes. Spécialisée dans des domaines allant de l'exploration pétrolière à l'infographie en passant par les usines de pâtes et papiers, elle aimerait en représenter encore d'autres — en particulier celles spécialisées dans ces secteurs et dans d'autres secteurs. Communiquer avec Gabriel Agostini, AMW Comercio E participacoes Ltda., R. Joana Angelica, 116-S/401, Ipanema. Tél. : (011-55-21) 287-0644. Fax : (011-55-21) 521-0435.

CHINE - Un fabricant de peintures et

de peintures industrielles établi dans la province de Guandong souhaite améliorer sa gamme de produits et son équipement pour mieux profiter du développement rapide du delta de la rivière Pearl. La compagnie recherche un transfert de savoir-faire et une coopération possible avec des compagnies étrangères de l'industrie de la peinture et du revêtement. Les sociétés intéressées peuvent transmettre les renseignements pertinents à Alex Chan, Deutsche Pfanner (HK) Ltd. (% Chung Fa Paint Factory), Room 904 Easey Commercial Building, 253-261

en radiocommunications), Novodvorska 994, 14221 Prague 4 - Branik, Tchécoslovaquie. Tél. : (0042 2) 4702. Fax : (0042 2) 472 3551.

HONG KONG - Une filiale située à Hong Kong lance un appel d'offres pour la construction d'une usine chimique qui synthétisera 200 tonnes métriques de d-phénylglycine et 100 tonnes métriques de d-hydroxyphénylglycine par an. Les sociétés intéressées doivent avoir une expérience pertinente de la technologie de production, y compris les logiciels et le matériel. On peut faire

parvenir les résumés à M. C.K. Pong, Deutsche Pfanner (HK) Ltd., Room 904,

Kasey Commercial Building, 253-261 Hennessy Road, Wanchai, Hong Kong. Tél. : (852) 593-6322. Fax : (852) 598-4692.

TAÏWAN - M. Lu, directeur de la société Toprack Industrial Corporation, cherche des fournisseurs de papier non utilisable pour le recyclage. Voici l'adresse de la compagnie : 3F No. 100, Ti-Hwa Street, Section 1, Taipei, Taïwan. Tél. : 886-2-5557345/5580167; fax : 886-2-5567283; télex : 16961 JFIC.

NATIONS UNIES — Le Centre de l'Asie et du Pacifique pour le transfert de technologies, un centre régional relevant des Nations Unies, centralise la recherche d'information dans les secteurs de l'agro-industrie, de l'environnement, de la conservation de l'énergie et de la gestion des déchets, pour le compte des pays en développement de la région Asie-Pacifique. Les recherches portent sur la technologie, le développement, le transfert et l'utilisation dans chacun des secteurs. Les entreprises appropriées peuvent profiter d'une promotion gratuite, dans cette région, en envoyant des catalogues, des brochures ou des vidéos au Directeur, APCTT, 49, Palace Road, C.P. 115, Bangalore-560052, Inde. Tél. : 266930-33. Télex : 845 2719 APCT IN. Fax : 91-812-263105.

Débouchés commerciaux

Hennessy Road, Hong Kong. Tél. : (852) 598-6322; fax : (852) 598-4692.

CUBA - L'ambassade du Canada à La Havane a été informée qu'une société cubaine, Consumimport, lance un appel d'offres pour la fourniture d'environ 750 000 lampes à incandescence et à fluorescence. La valeur du contrat pourrait dépasser 250 000 dollars CAN. Ces lampes seraient destinées aux ministères du Sucre, du Commerce intérieur et de l'Agriculture, qui en ont besoin sans délai. Pour obtenir des détails et des spécifications (quantités, wattages, voltages), communiquer avec l'ambassade du Canada à La Havane. Fax : (011-53-7) 33-2044.

RÉPUBLIQUE FÉDÉRALE TCHÈQUE ET SLOVAQUE — Un institut s'intéresse à la production ou à la coopération dans le domaine du marketing avec une firme spécialisée dans la recherche et le développement de systèmes de transmission de données, de radio messagerie unilatérale, de sécurité, de contrôle, d'essai et de mesure. L'institut oeuvre également dans les domaines de la communication hertzienne, des réseaux de câbles et des réseaux à large bande de transmission pour l'émission des signaux. Communiquer avec Vaclav Neumajer, directeur, Tesla VUST (Institut de recherche

Le Canada au Salon 1993 du Venezuela

Caracas — Après le salon solo Canada Expo qui a connu un très grand succès à Monterrey, au Mexique, en janvier dernier, les entreprises canadiennes auront l'occasion de participer à Canada Expo 93, qui aura lieu du 26 au 28 janvier dans la capitale du Venezuela.

Canada Expo 93 présentera les ressources et les connaissances spécialisées des manufacturiers de matériel et des fournisseurs de services connexes canadiens dans les secteurs suivants :

- pétrole
- exploitation minière
- ordinateurs
- contrôle des processus environnementaux
- machines-outils
- emballage et étiquetage
- télécommunications
- matières plastiques
- entretien des automobiles
- agro-industrie

Les exportateurs canadiens de produits et de services peuvent profiter des débouchés plus nombreux qui s'offrent maintenant au Venezuela du fait de la demande accrue de la part des consommateurs tout comme des industries, de la conformité des pratiques du pays avec l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), de ses politiques commerciales plus libérales et de la réduction des droits de douane.

Selon les agents commerciaux, les sociétés canadiennes peuvent et doivent tirer parti de ces occasions d'accroître encore leurs exportations vers le Venezuela. Ce pays est le troisième marché du Canada en Amérique latine.

Les exportations de biens et de services canadiens vers le Venezuela augmentent régulièrement. En 1991, elles représentaient une valeur de 300 millions de dollars, soit une augmentation de 30 p.100 par rapport à 1990.

Les entreprises qui souhaitent participer à Canada Expo 93 ou qui voudraient obtenir de plus amples renseignements sur ce Salon commercial

peuvent s'adresser à M^{me} Sony Marques, Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6142. Fax : (613) 943-8806.

On peut également obtenir des renseignements généraux sur l'éco-

nomie et le commerce auprès de M. François Laberge, aussi de LGT. Tél. : (613) 943-8807. Fax : (613) 943-8806. Pour tout renseignement commercial particulier ou pour obtenir de l'aide, on peut s'adresser directement à la section commerciale de l'Ambassade du Canada à Caracas. Tél. : 011-582-951-6166. Fax : 011-582-951-4950.

Europe de l'Ouest

Programme de Coopération en S et T

Si votre compagnie fait de la recherche et du développement technologique (RDT) et que vous explorez ou établissez des projets en commun avec des partenaires de l'Europe de l'ouest, le "Programme de Coopération en science et technologie" s'adresse à vous. Il dispose d'un modeste budget pour financer au maximum les deux tiers des frais de missions ou d'ateliers qui visent à explorer ou établir avec des partenaires européens des projets conjoints (RDT).

Sont approuvées en priorité les demandes de financement où il est clairement démontré que l'activité débouchera sur un programme de recherche conjoint qui comportera des bénéfices commerciaux et/ou industriels pour le Canada.

L'année dernière, 46 projets ont été approuvés dont 14 bénéficiaires étaient des ministères à vocation scientifique, 21 des universités et 11 des associations privées et des compagnies.

La plus grande partie des projets ont été entrepris avec des partenaires français, allemands et anglais. En général, les contributions varient entre \$2,000 et \$5,000.

Les demandes peuvent être présentées : par des chercheurs professionnels, des consultants, des entreprises, des universités, des ministères ou organismes à vocation scientifique des divers paliers de gouvernement, des centres publics ou privés de recherche appli-

quée, ou des associations professionnelles ou industrielles.

Une fois l'activité complétée, chaque bénéficiaire doit produire un rapport financier et un rapport sur les résultats du projet.

Pour obtenir de plus amples informations ou un formulaire de demande, veuillez contacter la Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie (RWT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125 promenade Sussex, Ottawa, Ontario, K1A 0G2. Tél. : (613) 943-0612, fax : (613) 995-6319.

Salon de la construction en Turquie

Istanbul — Des compagnies oeuvrant dans des secteurs liés à la construction sont invitées à nous faire parvenir la documentation concernant leurs produits pour qu'elle soit exposée et distribuée au salon Construction Turkey 93, qui aura lieu dans ce pays du 7 au 10 janvier.

Les brochures devraient être fournies par des compagnies canadiennes qui produisent des engins de chantier et des systèmes de construction, des matériaux de construction, des systèmes de chauffage et de plomberie, de l'isolant et des finis architecturaux.

Le secteur de la construction est très
(Voir page 5 — Salon.)

La dernière née des banques multilatérales**Débouchés commerciaux liés aux projets de la BERD**

La Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), dont le bureau central se trouve à Londres, est la dernière née des banques multilatérales de développement, ses premiers prêts ayant été approuvés en 1991. Son principal mandat est d'encourager la transition vers une économie de marché et de promouvoir l'esprit d'initiative des particuliers et des entreprises dans les anciens pays communistes d'Europe centrale et de l'est. Comme dans le cas des autres banques de développement, le Canada est l'un des principaux actionnaires de la BERD et siège au conseil d'administration.

Qu'est-ce qui distingue la BERD des autres banques?

La fonctionnement de la BERD les services offerts sont à peu près les mêmes qu'à la Banque mondiale et aux autres banques de développement régionales. Quelques caractéristiques différencient cependant la BERD de ces autres banques, notamment la priorité qu'elle accorde au secteur privé. Sa charte stipule en effet qu'au moins 60 % des sommes qu'elle prête doit être destiné au secteur privé ou aux entreprises d'État en voie de privatisation. Pour ces prêts, la BERD joue à peu près le même rôle qu'une banque d'investissement ou que la Société financière internationale (SFI) affiliée à la Banque mondiale. Seuls les 40 % qui restent sont utilisés pour des prêts aux gouvernements de pays membres.

La Banque procure des prêts, du capital de participation, des garanties de dette et des souscriptions à forfait, tous offerts aux conditions du marché, jamais à des taux subventionnés ou à termes de faveur. Les prêts sont consentis selon diverses échéances, une période maximale de dix ans s'appliquant généralement dans le cas de prêts au secteur privé. La Banque limite normalement sa participation financière à 35 % de l'ensemble du capital requis pour mener à bien un projet et fixe à

5 000 000 ECU (environ 7 000 000 \$CAN) la valeur minimale de ses prêts. Par conséquent, la BERD ne peut participer qu'à des projets d'une valeur totale supérieure à 20 000 000 \$ CAN (35 % étant fourni par la BERD). La Banque tentera toutefois d'assurer le financement de prêts et d'investissements moins considérables par l'intermédiaire de lignes de crédit à certaines institutions financières locales. Elle ne fournit, par ailleurs, aucune garantie pour les crédits à l'exportation et ne s'occupe pas d'assurances.

Qui peut participer aux projets de la BERD?

Les investisseurs et les exportateurs canadiens qui s'intéressent aux marchés d'Europe centrale et de l'est devraient accorder une attention particulière à la BERD. Il est à noter que les règles d'acquisition de la BERD sont semblables à celles des autres banques de développement et privilégient l'appel d'offres international. De plus, bon nombre des professionnels qui y travaillent sont des Canadiens (présentement 6,8%) occupant des postes clés.

Pour les entreprises désirant participer aux projets de la BERD en tant que fournisseurs de biens et services, il est important d'être informé des nouveaux projets et des appels d'offres. La BERD

publie depuis peu un bulletin intitulé *Procurement Opportunities*, dans lequel paraissent des avis annonçant ses futurs besoins en matériel, travaux publics et services d'experts-conseils. Ce bulletin contient surtout, pour l'instant, des renseignements sur le pipeline de projets de la BERD, mais des avis d'appels d'offres et des informations sur l'adjudication de marchés y seront également publiés. L'abonnement d'un an coûte 50 £, et les personnes intéressées peuvent envoyer un chèque (fait à l'ordre la Banque européenne pour la reconstruction et le développement) à l'adresse suivante : *Procurement Opportunities*, Procurement Unit, European Bank for Reconstruction and Development, 122 Leadenhall Street, London, England EC3V 4EB.

Il est aussi possible de se procurer d'autres documents, dont les brochures de la BERD intitulées *Comment travailler avec la Banque européenne pour la reconstruction et le développement et Règles d'acquisition des biens et services*. Pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à la Direction des services financiers et des services aux entreprises, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 943-1100.

Salon de la construction

(Suite de la page 4.)

actif en Turquie. **Construction Turkey** sera le seul salon commercial international du secteur de la construction dans ce pays en 1993 et devrait attirer 15 000 visiteurs qualifiés.

Les entreprises qui désirent exposer leurs produits doivent s'adresser à UNILINK, 50 Weybright Court, Unit 41, Agincourt, Ontario M1S 5A8.

Tél. : (416) 291-6359. Fax : (416) 291-0025.

Les entreprises qui ne désirent qu'envoyer des brochures devraient les faire parvenir au plus tard le 15 déc. 1992, à M. R. Henry, conseiller (commercial), direction commerciale, Ambassade du Canada, Nenehatun Cadessi 75, 06700 Ankara, Turkey.

*Priorité à l'environnement***Les alliances stratégiques : l'idée fait son chemin**

Votre entreprise relève du secteur de l'environnement et vous vous intéressez au marché américain?

Alors peut-être participez-vous déjà aux alliances stratégiques mises de l'avant par Affaires Extérieures et Commerce Extérieur Canada (AECEC), en concertation avec Industrie, Sciences et Technologie (ISTC) et Investissement Canada (IC).

En bref, cette initiative vise à susciter et faciliter le développement d'ententes entre sociétés canadiennes et américaines. La Direction de la promotion du commerce et du tourisme (UTO), en-

courage la formation d'alliances stratégiques entre des entreprises canadiennes, possédant une technologie éprouvée, et des firmes américaines déjà actives sur un créneau recherché. La Direction de la promotion du commerce et de l'investissement (UTI), quant à elle, met l'accent sur la promotion des investissements américains au Canada. Une des façons les plus efficaces d'attirer ces investisseurs, c'est de les aider à identifier un partenaire canadien. Ainsi, bien que chacune des activités de ces deux Directions ait son orientation propre, leurs cibles d'intérêt se recoupent

souvent et des interventions conjointes sur le terrain, comme c'est souvent le cas, bénéficient aux deux parties.

Dans un premier temps, les responsables de l'opération ont décidé de miser sur le secteur de l'environnement, plus particulièrement le traitement des eaux usées et la gestion et l'élimination des déchets solides/toxiques. Ce choix se fonde sur un double avantage : en effet, il s'agit d'un marché à forte croissance — selon les chiffres de l'Organisation pour la coopération économique et le développement (OCDE) pour 1990 — ce secteur a entraîné des déboursés de 81 milliards aux Etats Unis seulement, soit près de 40% des dépenses mondiales, tandis qu'on prévoit un taux de croissance annuelle aux environs de 4,5%.

Il y a quelques mois, une série de six séminaires à travers le Canada a permis de rejoindre 253 sociétés actives dans le domaine et de les sensibiliser aux exigences comme aux possibilités de ce marché. La deuxième étape s'amorce fin octobre et se poursuivra au cours de l'hiver, avec des tables rondes dans certaines villes américaines, mettant en présence d'éventuels partenaires présélectionnés des deux côtés de la frontière. Ces tables rondes peuvent être suivies de rencontres individuelles entre firmes participantes.

Si votre entreprise possède une technologie novatrice et reconnue dans le secteur des eaux ou dans celui de la gestion des déchets solides/toxiques, ou si vous cherchez un allié américain qui ait une technologie complémentaire, ou si enfin vous vous sentez prêt à attaquer un plus vaste marché, il se pourrait que ce programme soit pour vous. Pour en savoir davantage, communiquez soit avec Donald Marsan, UTO (613) 991-9478, ou Régis Beauchesne, UTI (613) 993-6577. Ces deux Directions font partie du ministère des Affaires Extérieures et de Commerce Extérieur Canada (EACEC).

dISTCcovery : un monde à votre fenêtre

Les entreprises qui ne le connaissent pas déjà sont invitées à se renseigner sur dISTCcovery, point de départ logique pour les compagnies qui recherchent des licences ou des occasions de coentreprise sur la scène internationale.

"Fenêtre ouverte sur un monde d'occasions d'affaires", dISTCcovery informe l'industrie des possibilités existant à l'échelle mondiale au chapitre de l'obtention de technologies transférables, par le truchement de licences et de coentreprises. Ce service de renseignements sur les offres de licences s'adresse surtout aux petites et moyennes entreprises du secteur manufacturier qui veulent connaître des compagnies et des organismes étrangers désireux de vendre à des compagnies canadiennes des licences pour la fabrication et la vente de leurs produits sur un marché donné.

Mais les responsables de dISTCcovery s'efforcent actuellement de mettre en valeur le volet inverse du service : les compagnies canadiennes, en effet, peuvent aussi se faire inscrire dans la base de données pour faire connaître un produit ou un procédé unique en vue d'une cession de licence sur le plan international. Il leur suffit de

remplir un formulaire qu'ils auront obtenu à un Centre de services aux entreprises d'ISTC.

Les données offertes par dISTCcovery proviennent de compagnies, d'universités et de laboratoires situés, pour la plupart, à l'extérieur du Canada, ainsi que de la World Bank of Licensable Technology et du Canadian Industrial Innovation Centre (CIIC), à Waterloo (Ontario).

À l'heure actuelle, dISTCcovery donne accès à environ 25 000 offres de licences.

Les données de dISTCcovery sont accessibles au moyen de termes clés. Un fabricant de batteries au nickel-cadmium, par exemple, pourrait choisir le mot "nickel".

Le système cherche simultanément jusqu'à cinq termes clés fournis par l'utilisateur, qui peut ainsi trouver des compagnies désireuses d'accorder des licences pour leurs techniques, leurs produits ou leurs procédés.

Pour renseignements, s'adresser à Ron Doherty, coordonnateur, dISTCcovery, Industrie, Sciences et Technologie Canada, 235, rue Queen, Ottawa K1A 0H5. Tél. : (613) 954-4977. Fax : (613) 954-5463.

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1^{er} octobre 1992 (vol. 10 n^o 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le deuxième article de la série, qui porte sur le secteur du matériel de transport. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

MATÉRIEL DE TRANSPORT

La demande de tous les types de matériel de transport s'est accrue considérablement au Mexique par suite du développement industriel important survenu ces dernières années.

Étant donné la croissance rapide de la population dans tous les grands centres urbains, il existe une demande importante de services de transport urbain fiables et propres.

Comme les transports sont considérés comme le pivot du commerce et du tourisme — deux éléments essentiels de l'économie mexicaine — le gouvernement du Mexique, avec la participation du secteur privé, a entrepris un vaste programme de modernisation de l'infrastructure des transports (aéroports, chemins de fer, routes, transport urbain).

En outre, le gouvernement a grandement libéralisé les importations dans le secteur de l'automobile. Les industries mexicaines comptent davantage sur leurs propres moyens de transport, ce qui crée des débouchés éventuels pour la vente d'avions, d'hélicoptères et d'autobus.

Véhicules automoteurs

La modernisation du Mexique offre d'importants débouchés aux entreprises canadiennes, surtout du fait que les Mexicains doivent acheter de grandes quantités de rails en acier, de locomotives, de pièces de rechange, de matériel roulant et de machinerie (y compris la réparation et l'entretien de ce matériel), domaines où le Canada a d'excellentes compétences.

En ce qui concerne les routes, le réseau mexicain est vieux et inefficace. Le Mexique a pris du retard dans le remplacement des vieux véhicules. (Les véhicules automoteurs sont en service depuis plus de 12 ans en moyenne). Le marché des autobus nouveaux et usagés est vaste et continue à croître. En outre, un grand nombre de transporteurs mexicains réparent leurs véhicules au moyen de pièces usagées. La taille du marché potentiel augmente considérablement si l'on considère qu'outre les camions et les autobus, les véhicules locaux utilisés pour le service marchandises et au service passagers vieillissent eux aussi.

Pièces automobiles

Les pièces automobiles représentent le principal élément des échanges commerciaux entre le Canada et le Mexique. Les exportations canadiennes de pièces automobiles au Mexique sont passées de 50,3 millions de dollars CAN en 1988 à 89,8 millions en 1989, soit un taux de croissance de 78,5 %. En 1990, les exportations canadiennes ont augmenté de 117 %, passant à 194,5 millions de dollars CAN.

Depuis quelques années, la consommation apparente de pièces automobiles au Mexique a progressé à un rythme annuel moyen de 21 %. La valeur totale du marché des pièces automobiles a dépassé 9,7 milliards de dollars US en 1990. Selon les données préliminaires pour 1991, la consommation apparente atteint 15,4 milliards de dollars US, soit une hausse de 58 %. Les importations devraient croître de 16 % par année et représenter 33 % de la consommation totale en 1994, comparativement à 24 % en 1989. Cette situation est due essentiellement à une augmentation rapide des importations de moteurs et d'automobiles par les usines de montage. Les importations destinées au marché local et au marché du service après-vente augmenteront.

Ces quatre dernières années, le Canada n'a cessé d'accroître sa part du marché mexicain des transports, part qui, à 5 %, est maintenant égale à celle des principaux fournisseurs (Japon, Allemagne, France et Brésil).

Note de la rédaction

Vous avez été nombreux à nous faxer vos commandes de feuillets de renseignements sur l'ALENA, comme nous vous invitons à le faire dans notre numéro du 15 septembre. Toutefois, dans certains cas, le fax a rendu illisibles les coordonnées de certains des requérants. Ainsi, si vous n'avez encore rien reçu, communiquez à nouveau avec Info Export, mais par téléphone, cette fois (voir l'encadré d'Info Export en page 8).

AU CALENDRIER

Calgary — le 27 octobre; **Winnipeg** — le 28 octobre; **Vancouver** — le 29 octobre — Des séminaires intitulés **La Corporation commerciale canadienne (CCC): l'avantage concurrentiel dans les ventes aux gouvernements étrangers** auront lieu dans ces villes aux dates indiquées. Communiquer avec Cynthia Young, Relations extérieures, CCC, Ottawa. Tél. : (613) 995-5282. Fax : (613) 992-2134.

Ottawa — 2-4 novembre — **Canadian Wind Energy Conference and Exhibition '92** mettra l'accent sur les stratégies servant à remédier aux contraintes du marché et à traiter des marchés extérieurs et des possibilités d'exportation, ainsi que de la mise au point de nouvelles technologies. Communiquer avec Mike Bourns, tél. : (403) 289-4399, fax : (403) 249-7910; ou avec Jeff Passmore, tél. : (416) 322-1560, fax : (416) 322-1562.

Toronto — 4-6 novembre — Colloque national de marketing sur le thème «Stratégies proactives servant à atteindre l'excellence en marketing dans les années 90». Pour s'inscrire (le droit est de 795 \$ par participant), communiquer avec le coordonnateur de programme, Institute for International Marketing, Ottawa, tél. : (613) 831-1052. Fax : (613) 831-8452.

Mississauga — le 5 novembre; **Scarborough** — le 17 novembre — Ateliers sur la rentabilisation des foires commerciales internationales. Pour de plus amples renseignements, ou pour s'inscrire, prière de communiquer par téléphone ou par télécopie avec la Inter-

national Training and Management Company, Toronto 416-483-3836.

Winnipeg — 5-6 novembre — «Transportation to Mexico: Implications of the NAFTA» sera le thème de l'assemblée et de la conférence semi-annuelles du Groupe de recherches sur les transports au Canada, qui aura lieu au Transport Institute, University of Manitoba. S'adresser à Doreen Gusdal. Tél. : (204) 474-9097.

Montréal, Toronto, Calgary, Vancouver (du lundi au mercredi pendant des semaines consécutives en no-

vembre). Ces cours de trois jours intéresseront particulièrement les transitaires, expéditeurs et transporteurs qui s'occupent de transport international de marchandises dangereuses. Les sujets couvrent le Règlement canadien, le Code maritime international des marchandises dangereuses et les règlements du ministère du Transport des États-Unis. Le droit d'inscription s'élève à 481,50 dollars. S'adresser à M^{me} Marilyn Massoud, Association des transitaires internationaux canadiens inc., C.P. 929, Streetsville (Ontario) L5M 2C5. Tél. : (416) 567-4633. Fax : (416) 542-2716.

PUBLICATIONS

Russia: Business Survival Guide (troisième édition, mars 1992) est un ouvrage exhaustif et à jour rédigé par et pour ceux qui mènent des activités commerciales en Russie. On y trouve des sources de référence ainsi que des renseignements concernant les préparatifs, les déplacements, l'hébergement, l'argent, la nourriture, les habitudes et les lois commerciales russes. Il contient également un répertoire téléphonique énumérant plus de 4 000 entrées, des plans de villes, un bottin équivalant à nos «pages jaunes», avec des rubriques classées selon les produits et services concernés, et des renseignements sur les publications et les services offerts par le gouvernement. Communiquez avec Kerry Irwin, East-West Information Consortium, 242, Gloucester Avenue, Oakville (Ontario), L6J 3W7. Tél. : (416) 849-6507. Fax : (416) 842-3841.

Canadian Sulphur Market in Argentina (168LA) brosse un tableau plutôt sombre de la situation, compte tenu du déclin généralisé des débouchés mondiaux du soufre. Toutefois, le compte rendu de quatre pages commandé par l'ambassade du Canada en Argentine indique que le Canada a très bien tiré son épingle du jeu à ce chapitre en réussissant à conserver sa part d'un marché fonctionnant au ralenti. De fait, le Canada est le principal exportateur de soufre en Argentine. On croit toutefois que la demande future sera, au mieux, modeste. Selon certains importateurs locaux, l'avenir des exportations canadiennes de soufre en fleur dépendra des prix et des conditions de livraison offerts. Il est possible de se procurer une copie du rapport en s'adressant à InfoExport et en mentionnant le numéro de référence du document (voir le bon de commande au bas de la page).

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation
Post paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°18

2 novembre 1992

Petites entreprises

10 étapes à suivre pour exporter avec succès

Les marchés étrangers offrent aux petites entreprises l'occasion d'accroître leurs ventes et leur rentabilité, de diversifier leurs activités, de répartir les risques, d'acquiescer une nouvelle expérience et de développer de nouvelles idées. En même temps, la discipline imposée par l'exportation oblige les compagnies à focaliser leurs ressources de façon plus prudente et à s'organiser plus efficacement. Des conseils sur l'accès aux marchés de l'étranger sont publiés régulièrement dans *CanadExport*. Ceux qui suivent viennent d'une publication préparée par l'Industrie, Sciences et Technologie Canada.

• Évaluez votre potentiel

Il s'agit ici de déterminer si votre compagnie est prête et si vos produits sont prêts à être lancés sur les marchés

 **AGEXPORT**

Supplément : voir pp. I-IV

internationaux. L'exportation n'est pas pour tous. Avant de vous lancer dans l'exportation, vous devez avoir une idée claire de votre avantage concurrentiel sur vos marchés actuels. Quels besoins votre produit ou service satisfait-il sur le marché canadien? Qui sont vos clients? Pourquoi le sont-ils?

• Sélectionnez les marchés

Si vous concluez que votre entreprise a ce qu'il faut pour exporter, la prochaine étape consiste à étudier les marchés étrangers. N'essayez pas de pénétrer plusieurs marchés à la fois. Vous obtiendrez les meilleurs résultats en concentrant vos efforts sur un ou deux marchés précis qui offrent le meilleur potentiel. Une sélection initiale peut

(Voir page 4 — Étapes.)

Le Mois canadien des services

Le mois de novembre marque le deuxième anniversaire du Mois des services, initiative de promotion commerciale lancée en 1991 par le ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, Michael H. Wilson.

Cette année, le Mois des services soulignera l'apport important de l'industrie des services à la prospérité du Canada et

lancera plusieurs activités axées sur les besoins et intérêts particuliers de ce secteur en croissance rapide. Le thème de ce Mois : «Des stratégies pour tirer profit des débouchés commerciaux.»

Au programme figurent notamment deux conférences nationales dont M. Wilson sera l'hôte, à Toronto (le 5 novembre) et à Montréal (le 26 novembre).

Ces conférences constituent le suivi des consultations qui se sont déroulées l'an dernier avec les industries des services, et seront l'occasion pour des dirigeants de marque de faire le point sur l'essentiel de leurs succès dans ce secteur.

Le commerce extérieur et le secteur des services

Le Mois des services donnera lieu à tout un éventail d'événements et d'initiatives de promotion du commerce extérieur, y compris des colloques, des missions commerciales, la publication des documents sur le commerce et des études de marché.

Les entreprises et les firmes-conseil qui souhaitent exporter leurs services seront tout particulièrement intéressées à des activités comme le colloque sur les débouchés en matière de services de

consultation dans le cadre des projets de la Banque mondiale dans le secteur agricole et la publication d'une enquête sur le marché mondial des services de soins de santé.

Sur une soixantaine d'événements prévus pour le Mois des services (on

pourra bientôt se procurer le programme complet au service responsable indiqué en fin d'article) plus d'une

zaine traiteront directement des débouchés dans les marchés d'exportation.

VisionExport/l'ALENA

VisionExport est l'un des volets de la grande campagne de promotion commerciale qui s'est amorcée en octobre durant le Mois canadien du commerce extérieur. Son extension à novembre, le Mois des services, permet à VisionExport de couvrir le secteur des services.

Des délégués commerciaux des missions diplomatiques canadiennes du monde entier, réunis au Canada sous les auspices de VisionExport, rencontreront des exportateurs de services pour examiner avec eux les débouchés dans leurs marchés respectifs.

Ces rencontres d'un jour seront en

(Voir page 2 — Services.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Foires commerciales	5-6
Projets agro-industriels	6
Secteurs prioritaires au Mexique	7
Au calendrier	8

Mois des Services Month

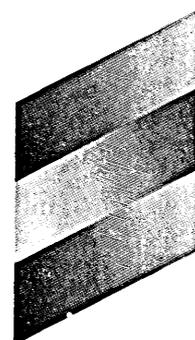


RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
SERVICES A LA RECHERCHE
INFORMATION
DU MINISTRE

NOV 17 1992

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

Novembre : le Mois canadien des services — (Suite de la première page.)

outre l'occasion de cerner les débouchés s'offrant aux exportateurs de services à la faveur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Y prendront part également des conférenciers du milieu des affaires et l'équipe de négociation de l'Accord afin de passer en revue les conséquences de l'ALENA pour les industries des services. **VisionExport** consacrera à l'ALENA et au secteur des services les rencontres suivantes : **Moncton** (le 23 novembre), **Toronto** (le 24 novembre), **Québec** (le 25 novembre), **Vancouver** (le 30 novembre), **Calgary** (le 1^{er} décembre), **Saskatoon** (le 2 décembre).

Les entreprises intéressées sont priées de s'inscrire bien à l'avance (voir l'adresse ci-dessous).

Conférences sur les projets d'investissement

Il convient de mentionner un autre événement majeur traitant des exportations, à savoir la tenue d'une série de conférences sur les projets d'investissement à l'étranger et les débouchés qu'ils offrent aux entreprises canadiennes.

Il y sera question des stratégies visant à encourager les exportateurs canadiens de tous les secteurs de l'économie à participer en plus grand nombre à des projets d'investissement à l'étranger; la parole sera aux conférenciers représentant le milieu des finances, des consortiums, des entrepreneurs et des firmes de génie-conseil, des organisations internationales et des organismes

gouvernementaux qui peuvent jouer un rôle de soutien dans le soumissionnement des projets d'investissement ou d'immobilisations.

Ces conférences sont organisées par Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Elles se tiendront à **Toronto** (le 2 novembre), **Montréal** (le 3 novembre), **Calgary** (le 4 novembre) et **Vancouver** (le 5 novembre).

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les activités du Mois des

services concernant les marchés extérieurs ou pour vous procurer des formulaires d'inscription, veuillez vous adresser à la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2. Fax : (613) 943-1100.

Pour connaître le programme complet des événements ou obtenir des renseignements sur le Mois des services, vous pouvez composer le 1-800-461-2266 ou le 1-800-465-7735 si vous êtes malentendant (lignes réservées).

Le Bénin met en garde les exportateurs contre certaines pratiques frauduleuses

L'Ambassade du Bénin nous prie de porter la note circulaire qui suit à l'attention des exportateurs canadiens de marchandises vers le Bénin :

OBJET: A/S des dispositions à prendre avant la concrétisation de toutes relations d'affaires avec des partenaires commerciaux installés au Bénin.

Dans le but de faire échec à l'avenir aux nombreux cas d'escroquerie et d'abus de confiance commis à l'égard des Sociétés étrangères par des Sociétés supposées installées au Bénin qui émettent de faux chèques en paiement des marchandises qui leur sont livrées, j'ai l'honneur de convier toutes les Sociétés étrangères à faire preuve de prudence en s'entourant de toutes les garanties requises par les pratiques du commerce international avant toute exportation de marchandises à destination du Bénin.

À cet effet, je vous invite à prendre les précautions suivantes :

- 1 - S'assurer de l'existence réelle de la Société installée au Bénin en exigeant d'elle la photocopie de sa Carte Professionnelle de Commerçant et de sa Carte d'Importateur ;*
- 2 - Avant la concrétisation de toutes relations d'affaires, s'assurer de l'authenticité de ces deux (2) Cartes auprès du Ministère du Commerce et du Tourisme TELEX 5040 B.P. 2037 COTONU République du Bénin.*

J'exhorte vivement les Responsables des Sociétés étrangères à se conformer strictement aux mesures ci-dessus afin de contre-carrer les pratiques délictueuses auxquelles se livrent à leurs dépens des Sociétés fictives présumées installées au Bénin et qui ternissent son image de marque.

**LE MINISTRE DU COMMERCE
ET DU TOURISME, BÉNIN.**

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

Débouchés commerciaux

Avant de conclure un accord contractuel avec une entreprise, vous avez intérêt à vous assurer qu'elle est de bonne foi.

CHINE (République populaire de)

— La plus grande société de commerce international de la province de Jiangsu est à la recherche de fabricants/fournisseurs canadiens d'onduleuses, de moules, accessoires et outillage connexe, de têtes et matrices de co-extrusion, de perforateurs de tubage, de fraises rotatives et d'extrudeuses. Pour obtenir le cahier des charges ainsi que des précisions sur les dimensions et les quantités, prière de communiquer avec Li Cheng Xing, Société de commerce international de la province de Jiangsu, 29, chemin Beijing est, Nanjing, Chine 210008. Fax : (025) 711532. Téléx : 34139 JICNJ CN.

HONGRIE — Le ministère des Transports, des Communications et de la Gestion de l'eau a diffusé un appel d'offres international (la date limite de présentation des soumissions est le 15 décembre 1992) visant un projet de construction des routes. Les travaux devraient commencer en avril 1993 et se terminer à la mi-1995. On peut se procurer le dossier d'appel d'offres moyennant un dépôt non remboursable de 3 800 ECU payable à UTIBER Ltée, compte n° 214-15533, Orszagos Kerskedelmi es Ritelbank (OKRB). Prière d'adresser toute demande de renseignement et(ou) le paiement à Jozsef Starkbauer, UTIBER Ltée, H-1115 Budapest, Csoka u. 7-13, Hongrie. Tél. : 36-1-166-6848. Fax : 36-1-166-6678. Téléx : 224965 utber h.

SUISSE — Une entreprise locale souhaite représenter (à titre de distributeur pour la Suisse) un fabricant/fournisseur canadien bien établi de maillots de bain pour hommes. Veuillez communiquer avec K. Germe, SPOTEC SA, CH-1261, La Rippe, Berne, Suisse. Tél. : (41-22) 367 14 27. Fax : (41-22) 367 18 88.

Multiplés débouchés commerciaux en Espagne

Le bureau commercial du Canada à Barcelone a dressé une liste des possibilités de coentreprises et des créneaux commerciaux en Espagne. Les entreprises canadiennes intéressées sont priées d'envoyer l'information générale relative à leur entreprise (en indiquant le code approprié) à René-François Désamoré, Bureau commercial, Consulat canadien, Travessera de les Corts, 265 Entl. 1, 08014 Barcelone, Espagne. Fax : 343-410-77-55.

Réf. PLA — Une entreprise établie depuis longtemps et spécialisée dans l'emballage de plastique pour les produits de beauté, les produits pharmaceutiques et les produits alimentaires souhaite importer des produits semblables à forte valeur ajoutée et conclure une entente de fabrication en commun de ces produits en Espagne. L'entreprise cherche également de nouveaux types d'emballage.

Réf. ADE — Établi à Barcelone depuis 1953, un fabricant de peinture pour les meubles, l'industrie et la décoration souhaite élargir sa gamme de produits. L'entreprise souhaite conclure une entente pour la distribution/commercialisation d'équipements et d'accessoires pouvant être vendus à des peintres (systèmes de pulvérisation sans air comprimé, compresseurs, éponges pare-gouttes), d'outils pour la peinture (pinceaux, spatules), de peintures pour plastique, de peintures en poudre, de peintures à valeur ajoutée (ignifuges, hydrofuges), de peintures de protection pour le bois.

Réf. SOL — Une entreprise établie depuis quarante ans et fabriquant une vaste gamme de serviettes à texture bouclée, de tabliers, de moufles et de peignoirs de bain souhaite importer des produits semblables ou en fabriquer sous licence. L'entreprise s'intéresse plus particulièrement aux nouvelles fibres ou aux nouveaux produits dans l'industrie textile qui ont des caractéris-

tiques techniques précises (ignifuges, résistants aux produits chimiques) et qui sont utilisés dans le secteur sanitaire (couvre-lits), en agriculture (dispositifs anti-grêle pour les silos), et dans le secteur de la sécurité (gilets pare-balles).

Réf. MIS — Une société d'experts-conseils de Barcelone travaillant dans les secteurs de l'informatique, des télécommunications, de l'électronique et des services recherche des entreprises semblables qui souhaitent pénétrer le marché espagnol. La société désire plus particulièrement conclure des ententes de distribution/représentation, des contrats de licence et des ententes de coentreprise.

Réf. MUR — Un fabricant et distributeur de produits de décoration (panneaux de pierre fini antique) souhaite importer de nouveaux types de panneaux (imitation pierre, imitation brique) pour la décoration intérieure et extérieure, des matériaux en plastique (faux pare-étincelles), et des décorations de fibre de ciment (pour les fontaines). L'entreprise possède un réseau de 70 distributeurs partout en Espagne.

Réf. INT. — Une jeune entreprise novatrice de télévision interactive examinera tout projet de collaboration, dont des projet d'investissement, qui lui permettra de renforcer sa position sur ce marché. La technologie permet aux télé-spectateurs à la maison de participer en temps réel à diverses émissions.

10 étapes à suivre pour exporter avec succès (Suite de la première page.)

aider à repérer ces marchés. Une fois que vous avez déterminé qu'un marché particulier mérite un examen plus approfondi, vous pouvez alors étudier des questions comme le potentiel du produit, les barrières tarifaires et non tarifaires, et les options en matière de distribution locale. Vous aurez besoin de renseignements sur la taille du marché pour votre produit, qui l'approvisionne et quels sont les principaux concurrents. Pour la plupart des petites entreprises canadiennes, surtout celles qui sont nouvelles dans le domaine de l'exportation, les États-Unis sont le marché d'exportation le plus accessible et le plus attractif.

- **Informez-vous sur les aspects techniques et financiers**

Vous devez vous familiariser avec les principaux termes et techniques concernant l'exportation ainsi qu'avec les aspects financiers. L'envoi de produits outre-mer, par exemple, exige le recours à un mode de transport optimal, à un emballage et à un étiquetage appropriés des produits ainsi que la préparation de divers documents. Un transitaire international peut aider grandement à préparer les documents d'exportation, les assurances et le transport.

- **Évaluez les options quant à l'accès au marché et à la distribution**

Une fois que vous vous êtes fait une bonne idée du marché de votre produit ou service, vous êtes en mesure d'évaluer les options possibles concernant l'accès et la distribution : la vente directe aux distributeurs ou utilisateurs finals étrangers par votre propre service de vente; le recours à un agent ou un représentant étranger; le recours à un intermédiaire canadien; une forme d'investissement direct ou de coentreprise sur le marché cible. Chaque option a ses avantages et ses inconvénients que vous devez examiner en fonction de la situation de votre compagnie.

- **Déterminez votre prix**

Pour que l'exportation soit rentable, votre prix doit couvrir vos coûts et four-

nir un profit acceptable. Voici les facteurs que vous devez prendre en compte dans l'établissement d'un prix à l'exportation : coûts intérieurs, coûts liés à l'exportation, demande du marché et marge bénéficiaire désirée. En ce qui concerne l'établissement du prix à l'exportation, vous devez prendre en compte des facteurs comme les droits de douane, les taxes de vente étrangères, les taux de change ainsi que les coûts des assurances et du transport.

- **Employez-vous à promouvoir votre produit**

Une promotion bien planifiée est un facteur clé de succès sur un nouveau marché, quel qu'il soit. Dans la promotion des exportations, il se peut que vous ayez à modifier l'emballage ou la publicité pour tenir compte des goûts ou des facteurs climatiques étrangers. Les meilleurs moyens de promouvoir votre produit ou service : les publications spécialisées, les catalogues, les campagnes de publicité et la participation à des salons et foires commerciales.

- **Prenez des dispositions pour le financement**

Financer votre transaction peut poser des défis particuliers. Voici les options en ce qui concerne les transactions avec des acheteurs étrangers : versement d'argent comptant à l'avance, transactions à crédit ouvert, lettres de change et lettres de crédit. Normalement, votre compagnie recevra les revenus découlant d'une vente à l'exportation plus lentement que ceux provenant d'une vente sur le marché intérieur. En attendant, vous vous empresserez de négocier le marché, de produire les biens et de les envoyer. Si votre encaisse ne peut soutenir un tel investissement, vous devriez chercher d'autres sources d'aide financière. Diverses organisations canadiennes et internationales offrent des crédits à l'exportation.

- **Mettez le produit sur le marché**

Pour les fabricants, expédier des produits vers des destinations étrangères implique le choix d'un mode de transport et la préparation de divers docu-

ments. Soyez prudent dans les dispositions que vous prenez pour expédier vos produits. Assurez-vous qu'ils seront reçus à l'autre bout par un associé fiable et que l'entreposage et le transport seront sûrs. Un transitaire international peut vous fournir une aide précieuse pour la livraison de vos produits à vos clients étrangers.

- **Mettez en oeuvre votre plan d'exportation**

Pour le nouvel exportateur, faire des ventes initiales modestes est la meilleure façon de procéder, puisqu'elle vous permettra de vous familiariser avec le processus de l'exportation tout en limitant vos risques. Au fur et à mesure que vos connaissances et votre assurance s'accroîtront, vous déciderez peut-être d'intensifier vos efforts en matière d'exportation.

- **Révisez votre stratégie**

Les compagnies et entrepreneurs qui réussissent sont ceux qui tirent leçon de leurs erreurs. Les mauvais calculs, les surprises et les problèmes imprévus sont inévitables dans toute nouvelle entreprise. Après votre première incursion sur les marchés d'exportation, vous constaterez peut-être que vous devez modifier votre produit, choisir un canal de distribution différent ou modifier votre prix ou votre stratégie de promotion. Il peut même être nécessaire de mettre l'accent sur des marchés différents. L'important, c'est de garder la souplesse et la capacité d'adaptation nécessaires pour répondre rapidement aux faits nouveaux. Dans l'exportation, comme dans un grand nombre de domaines des affaires, la patience et la ténacité sont habituellement payantes.

Pour un guide complet décrivant chaque étape du processus d'exportation, vous pouvez commander un exemplaire GRATUIT de la brochure «Dix étapes à suivre pour exporter avec succès». Écrivez à «Bureau de l'entrepreneurship et de la petite entreprise», Industrie, Sciences et Technologie Canada, 5^e étage est, 235, rue Queen, Ottawa (Ontario) K1A 0H5.



AGEXPORT

Vol. 1, N° 1

2 novembre 1992

SUCCÈS COMMERCIAUX

La feuille d'érable à l'étranger

Certaines sociétés canadiennes font équipe avec des entreprises américaines afin d'échanger leur technologie et de partager leurs bénéfices dans le secteur des minoteries. Ainsi, les ventes combinées de Maple Leaf Foods Inc. du Canada et de ConAgra Inc. des États-Unis atteindront 250 millions de dollars dans ce secteur en 1992. Maple Leaf a également étendu ses activités dans les Antilles en acquérant le contrôle de Barbados Mills Ltd.

Une source de succès

Les activités à l'étranger de la société Clearly Canadian Beverage Company de Vancouver connaissent un véritable succès. L'entreprise d'embouteillage d'eau a récemment conclu une entente aux termes de laquelle elle produira des boissons sous licence au Japon, à partir de l'eau de source locale. Elle prévoit également effectuer des ventes en Amérique latine dès l'automne.

Des produits de choix

La société Loblaw Companies Ltd. connaît un succès sans précédent avec sa marque Le Choix du président. Ses produits de grande qualité commercialisés sous marque privée apportent 500 millions de dollars annuellement au chiffre d'affaires de l'entreprise et leur croissance devrait se poursuivre étant donné que Loblaw cherche de nouveaux débouchés dans le marché américain.

Les produits Le Choix du président sont présentement offerts aux États-Unis par le biais des 209 établissements de la chaîne de supermarchés Jewel. Loblaw a en outre conclu une entente pour le choix et la conception de produits de qualité destinés au géant des magasins à rabais, Wal-Mart Stores Inc. L'an dernier, son chiffre d'affaires aux États-Unis a été de 40 millions de dollars.

Des marchés à faire craquer

Certains transformateurs canadiens, comme Dare et Nabisco, exportent déjà vers le Mexique ou étudient ce marché. La société Dare a doublé ses exportations de craquelins Breton entre 1990 et 1991.

(Voir page IV— Succès.)

La compétitivité a une nouvelle voix

C'est avec plaisir que je vous présente un nouveau-venu dans les pages de CanadExport. À Agriculture Canada, il nous semblait en effet que le temps était venu de donner aux exportateurs de produits agro-alimentaires une place de choix dans cette excellente publication.

Au cours de la prochaine décennie, les exportateurs agro-alimentaires, tout comme les autres intervenants du secteur, devront s'adapter à la nouvelle tendance qui se dessine dans le commerce agricole international, soit une libéralisation accrue.

La question essentielle de nos jours est, bien entendu, celle de la compétitivité. Le Canada pourra-t-il être concurrentiel sur la scène internationale? Nous en sommes persuadés. Nous sommes déjà concurrentiels dans bon nombre de secteurs, mais je crois que nous pouvons faire mieux encore.

La conférence «Gagner à l'échelle mondiale», parrainée par Agriculture Canada et qui aura lieu à Saskatoon du 22 au 24 novembre, donnera l'occasion à tous les intervenants du secteur agro-alimentaire de collaborer à des stratégies communes afin d'accroître notre compétitivité, ici et dans les marchés mondiaux.

AgExport aide le gouvernement à faire sa part.

Le ministre de l'Agriculture,
Bill McKnight

LES ASSOCIATIONS DU SECTEUR AGRO- ALIMENTAIRE : STRATÉGIES COMMERCIALES

Canada Beef Export Federation

Le Canada Beef Export Federation (CANADA BEEF), créée en 1989, a pour mandat d'augmenter les exportations de viande bovine canadienne vers les marchés du Japon et de l'Asie qui se sont ouverts récemment et qui se développent rapidement. CANADA BEEF réunit tous les segments du secteur, notamment les producteurs, les exploitants d'abattoir, les exportateurs ainsi que les pouvoirs fédéraux et provinciaux.

CANADA BEEF a mis au point un plan d'action stratégique pour 1992-1993 par lequel elle polarisera ses activités vers le Japon à titre de marché primaire et vers la Corée, Taiwan, Hong Kong et

Singapour à titre de marchés secondaires. Ces plans visent des créneaux particuliers qui ouvriraient des débouchés à la viande bovine canadienne. Le plan quadriennal prend aussi en change le succès à long terme, qui n'est possible que par le perfectionnement des aptitudes et des connaissances des membres et

(Voir page II : Les stratégies.)

CE NUMÉRO

Foodex à Tokyo
Des embryons au Maroc
Vendre aux États-Unis
Un partenariat avec le Brésil

Exportation d'embryons au Maroc : une petite société canadienne fait sa marque

Une petite entreprise canadienne a réalisé une première en vendant au Maroc un produit de haute technologie : des embryons de bovins Holstein. L'Agence canadienne de développement international (ACDI) et le gouvernement du Québec ont facilité cette vente en acceptant d'assumer les coûts de la formation de techniciens marocains au Canada et en déléguant un vétérinaire à Casablanca pour qu'il supervise l'implantation de 173 embryons. L'opération a été couronnée de succès : le pourcentage de veaux venus à terme a été élevé, à la grande satisfaction

des Marocains, ce qui devrait déboucher sur de nouvelles ventes.

L'entreprise en question, le Service canadien d'exportation d'embryons, de Masson (Québec), avait établi des contacts avec des fonctionnaires du ministère marocain de l'Agriculture en 1988 à l'occasion du Salon international de l'Agriculture de Paris. Elle a par la suite entretenu les liens ainsi noués et sa persévérance a abouti à la signature d'un contrat avec le ministère marocain en 1990.

En 1990, deux techniciens du Maroc venaient au Canada suivre une formation

de huit semaines et en juin 1991, un vétérinaire canadien se rendait trois semaines au Maroc pour diriger l'implantation des embryons.

Les taureaux issus de ces embryons de Holstein canadiens seront mis à contribution en insémination artificielle; de leur côté, les génisses viendront améliorer le cheptel de bovins laitiers de ce pays d'Afrique du nord.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à : John Nutbey, Service canadien d'exportation d'embryons, Masson (Québec). Tél. : (819) 986-6313. Télécop. : (819) 986-6545

LES STRATEGIES COMMERCIALES — Suite de la page 1

par l'amélioration des relations qu'ils entretiennent.

La Fédération réunit les ressources et crée des partenariats verticaux et horizontaux afin de pouvoir développer efficacement des marchés. La *Canada Beef Export Federation* croit détenir la clé du succès de ces partenariats.

Pour plus d'information, s'adresser à : Ted Haney, Directeur des opérations canadiennes, CANADA BEEF, Calgary. Tél. : (403) 274-0005. Télécop. : (403) 274-5686

Canadian Dehydrators Association

La *Canadian Dehydrators Association* et ses membres ont fait une percée sensible sur le marché des fourrages des pays côtiers du Pacifique. La demande de produits fourragers de grande qualité pour nourrir des cheptels grandissants au Japon, en Corée et à Taiwan a donné naissance à une industrie qui contribue à la croissance du commerce agro-alimentaire avec le Canada. Les membres de l'Association exportent chaque année pour quelque 65 millions de dollars de produits vers les pays côtiers du Pacifique.

Un des facteurs clés du succès que connaît le secteur depuis ces dernières années a été l'élaboration d'une stratégie de développement de marchés : l'Association oriente ses efforts vers des marchés précis et conçoit des activités afin de tirer profit des possibilités décelées ou de surmonter les obstacles à l'expansion du commerce.

La stratégie leur a permis de mieux coordonner les activités et de mieux utiliser les ressources humaines et financières.

Pour plus d'information, s'adresser à Bryan Davidson de la *Canadian Dehydrators Association*. Tél. : (403) 450-0169 ou télécopieur (403) 450-0604.

Purebred Swine Breeders Association of Canada

Grâce à leur stratégie de mise en marché, les exportateurs canadiens de porcs de race et de porcs hybrides s'installent sur le marché mexicain, avec des exportations de 1 200 animaux par mois en 1992, en hausse de façon sensible par rapport aux valeurs d'il y a trois ans.

La *Purebred Swine Breeders Association of Canada* et sa contrepartie en Alberta ont mis au point une stratégie à l'intention de leurs membres afin d'augmenter sensiblement leur part de ce marché en rapide expansion. Le pôle de leurs activités est une série de colloques dont le but est de mieux renseigner les éleveurs mexicains sur les avantages des porcs de race et des porcs hybrides canadiens.

Pour plus d'information, s'adresser à : Bill Young, *Purebred Swine Breeders Association of Canada*. Tél. : (613) 731-5531. Télécop. : (613) 731-6655

AGEXPORT

AgExport est publié en anglais et en français à titre de supplément de *CanadExport*, par la Direction des programmes internationaux de la Direction générale du développement agro-alimentaire (Agriculture Canada).

Les articles peuvent être reproduits avec mention de la source. Pour de plus amples renseignements sur AgExport, veuillez communiquer avec Richard Cathcart, Direction des programmes internationaux, Ottawa, (613) 993-6671; télécop. : (613) 995-0949.

L'avenir de l'agro-alimentaire au Canada

Donald McQ Shaver, l'un des principaux exportateurs canadiens de volaille de reproduction, offre ce conseil aux producteurs canadiens du secteur agro-alimentaire. « Faites et refaites vos budgets afin de tirer le maximum de chaque dollar dont vous disposez pour servir les intérêts des activités d'exportation du secteur privé ». Étant donné la tendance mondiale à la libéralisation des échanges commerciaux et l'accroissement de la demande internationale, ce conseil vaut son pesant d'or.

Nos exportations représentent 22 % de notre PNB, et 8 % des exportations proviennent de l'agro-alimentaire.

En 1990, les échanges mondiaux au titre de l'agriculture ont atteint le chiffre record de 208 milliards de dollars US, après avoir enregistré une croissance moyenne de 7 % pendant cinq années consécutives. Cette croissance est surtout attribuable à la demande de produits agro-alimentaires axés sur les besoins du

consommateur, lesquels ont maintenant dépassé les importations mondiales de produits en vrac traditionnels.

En 1991, plus de la moitié des exportations agro-alimentaires canadiennes de 11 milliards de dollars étaient constituées de produits à valeur plus élevée; cela inclut les produits axés sur les besoins des consommateurs comme les préparations alimentaires et les boissons et les produits intermédiaires tels que le bétail et les aliments pour niveaux. Les exportations canadiennes de produits agro-alimentaires à valeur plus élevée ont augmenté - mais presque exclusivement en raison de gains réalisés aux États-Unis. Sur le marché américain, les exportations agro-alimentaires canadiennes ont augmenté au rythme annuel de 9,6 % depuis 1988, ce qui a donné lieu à un accroissement de la part de nos exportations sur ce grand marché et à une dépendance accrue à cet égard.

À l'extérieur de ce marché, la situation

est tout à fait différente. En effet, 93 % de nos exportations de produits en vrac, tels que le blé, sont destinées à d'autres marchés que les États-Unis tandis que seulement 20 % de nos exportations répondant aux besoins des consommateurs vont au-delà du marché nord-américain. Ces exportations ont chuté de 4,8 % et ce, bien que la majorité de la croissance internationale ait lieu sur les marchés des pays côtiers du Pacifique, d'Amérique latine et d'Europe.

Ces tendances nous amènent à poser la question suivante : "les producteurs canadiens profiteront-ils des possibilités de vendre des produits à valeur élevée sur les marchés étrangers?" Le succès que remportent ces produits aux États-Unis et l'excellente réputation internationale dont jouissent les exportations canadiennes de céréales et d'oléagineux permettent de supposer qu'ils seraient parfaitement capables de le faire.

Publications à l'intention des exportateurs aux É.-U.

Le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur du Canada (AECEC) se prépare à publier une série de trois ouvrages sur les exportations agro-alimentaires aux États-Unis qui sera fort utile aux exportateurs canadiens.

Le Guide des marchés agro-alimentaires et des produits de la pêche aux États-Unis à l'intention des exportateurs canadiens vise à aider les transformateurs qui veulent augmenter leurs ventes aux États-Unis. On y trouve des conseils pratiques sur la mise en marchés des aliments aux États-Unis, de l'information sur les réseaux de distribution et les formalités réglementaires, que gagne à connaître l'exportateur débutant, ainsi que des survols des principaux marchés américains.

Le Guide des foires commerciales aux États-Unis - secteur de l'alimentation - 1993-1993 donne la liste des foires et

expositions commerciales régionales et nationales aux États-Unis.

Enfin, les actes d'un colloque national intitulé *Comment faire affaire avec les distributeurs et les courtiers américains en produits alimentaires*, qui s'est tenu le mois dernier, résumant les points saillants de ce programme parrainé par AECEC. Les participants y ont entendu

entre autres des représentants de la National Food Brokers Association de Washington et de la National Food Distributors Association de Chicago.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à : Peter Egyed, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement des États-Unis, AECEC. Tél: (613) 991-9483. Télécop. : 990-9119.

Club export agro-alimentaire du Québec

Au Québec, des sociétés de transformation des aliments, des agriculteurs et des chefs de file du mouvement coopératif ont mis en commun leurs compétences pour effectuer une percée sur les marchés d'exportation. La concertation de leurs efforts a débouché sur la création du Club export agro-alimentaire du Québec.

Celui-ci a établi d'étroites relations de travail avec le Centre de recherche et de développement alimentaires de Saint-Hyacinthe afin d'aider les exportateurs à adapter leurs produits aux besoins des marchés d'exportation. D'autres partenariats conclus avec les ministères et organismes provinciaux et fédéraux devraient permettre de découvrir de nouveaux créneaux sur divers marchés. Une foule d'autre initiatives sont en gestation.

(Voir page IV— Le Club.)

Canada-Brésil : un partenariat de plus en plus important

En 1991, la valeur du commerce agricole entre le Canada et le Brésil (cinquième plus grand pays du monde) s'est élevée à 400 millions de dollars. Les importations de produits agro-alimentaires canadiens par le Brésil ont atteint 164 millions de dollars, tandis que la part du Canada dans le marché agro-alimentaire brésilien, évaluée à 236 millions de dollars, est passée de 4,9 % en 1990 à 7,4 % en 1991.

Le Brésil est également le principal

partenaire latino-américain du Canada en ce qui a trait au commerce agro-alimentaire. Et les débouchés sont nombreux. Les exportateurs canadiens trouveront une analyse utile et succincte du marché brésilien dans la publication *Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire : Brésil*.

On y cerne et on y évalue les débouchés à l'exportation des huit produits suivants :

- les céréales (principalement le blé; for- tes possibilités pour l'orge de brasserie,

l'avoine et le maïs);

- les bovins laitiers (marché important pour le matériel génétique);

- les bovins de boucherie (possibilités intéressantes pour la semence et les sujets reproducteurs);

- le porc (potentiel d'exportation de semence et d'animaux sur pied);

- la viande porcine (possibilités accrues pour les produits de la viande à la suite de la déréglementation des importations);

- les aliments préparés et les boissons (marché prometteur pour les produits alimentaires transformés et de grande qualité);

- les légumineuses à grains, les haricots et les semences (hausses importantes pour les haricots blancs et les haricots ordinaires, l'alpiste des Canaries et la moutarde depuis 1988);

- les pommes de terre (débouchés intéressants pour les produits frais ou transformés ainsi que pour les semences, mais surtout du côté de la variété à chair jaune).

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Randy Nelson, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, téléphone : (613) 993-6671, télécopieur : (613) 995-0949.

Club export agro-alimentaire — Suite de la page III

Le Club export réunit à l'heure actuelle plus d'une centaine d'entreprises agro-alimentaires qui réalisent ensemble un chiffre d'affaires de 4 milliards de dollars, dont 250 millions sur les marchés d'exportation.

Les membres du Club export sont fermement persuadés que la croissance future des exportations agro-alimentaires canadiennes viendra des produits transformés et des services connexes.

Les nouvelles formules de partenariat comme le Club export aident l'industrie alimentaire à saisir les possibilités d'exportation. Le Club export accueille de nouveaux membres et souhaite établir des contacts avec d'autres groupes d'exportateurs d'aliments au Canada.

Pour en savoir plus, communiquer avec : Paul-Arthur Huot, Directeur exécutif. Tél. : (514) 349-1521. Télécop. : (514) 349-6923

Le Canada à la recherche d'exposants pour la foire FOODEX 1993 de Tokyo

Les exportateurs canadiens prendront bonne note des dates de l'Exposition internationale des aliments et boissons de Tokyo : 90 000 clients possibles du Japon ont défilé devant les kiosques de l'édition 1992 de l'événement.

Ce salon japonais de l'agro-alimentaire se tiendra cette année du 9 au 13 mars au Nippon Convention Center.

En 1992, l'exposition a attiré 23 participants canadiens qui représentaient 30 sociétés. Leur présence là-bas leur a permis d'accroître de plus de 10 millions de dollars leurs ventes dans ce pays.

"La nature des ventes nous a aussi permis de confirmer la faveur croissante que recueille sur le marché japonais une gamme variée de produits à valeur ajoutée, estime Greg Bates, de la Direction de

l'expansion du commerce avec le Japon (DECJ) d'Affaires extérieures et du Commerce extérieur du Canada (AECEC).

"Nous nous affairons déjà à recruter des participants canadiens à l'exposition de 1993, ainsi qu'au Salon de l'alimentation Solo d'Osaka, qui se tiendra quelques jours plus tard, soit les 15 et 16 mars, renchérit M. Bates."

Le Salon d'Osaka vise à donner aux nouveaux exportateurs l'occasion de percer sur le marché de l'ouest du Japon.

Le Salon de l'an dernier a suscité tellement d'intérêt, tant de la part des exposants que des acheteurs potentiels, que les organisateurs ont manqué d'espace.

Pour tous renseignements, s'adresser à : Greg Bates, PNJ, AECEC. Tél. : (613) 995-8619. Télécop. : (613) 943-8286.

SUCCÈS — Suite de la page I

Le lait Grand-Pré, commercialisé par le groupe québécois LACTEL, est un autre exemple. Le groupe s'appête en effet à expédier 6 000 caisses de lait UHT à saveur de chocolat afin de tester les marchés mexicains.

Des pâtes épatantes

La société European Noodles Inc. de Toronto, bien connue pour ses pâtes alimentaires fraîches, prévoit des recettes de 6 millions de dollars dans le marché des pâtes cachères. La moitié de ce chiffre proviendra des États-Unis.

Pasta Plus Inc. de St. John's (Terre-Neuve) a également entrepris d'étendre ses activités. La société ouvrira des franchises dans le nord-est des États-Unis, qui alimenteront des créneaux de marché comme ceux des sauces sans cholestérol et des aliments de choix préparés et à forte valeur ajoutée.

À la recherche d'exposants pour le salon de la géotechnologie en Allemagne

Cologne — Pour conquérir les marchés de la géotechnologie et des géosciences, la participation à *Geotechnica 93*, qui se tiendra du 5 au 8 mai, s'impose.

Organisé pour la première fois en 1991, ce salon-congrès auquel ont participé 440 exposants de 13 pays,

La foire de la construction en Espagne gage de succès

Barcelone - Construmat 93, la foire commerciale la plus importante de toute l'Espagne fournit, aux entreprises canadiennes, une occasion exceptionnelle de faire valoir leurs produits et leur savoir-faire dans le domaine de la construction. Ouverte du 29 mars au 3 avril 1993, Construmat attire près de trois mille exposants et plus de 200 000 visiteurs.

Plusieurs entreprises canadiennes ont déjà profité de l'expansion du marché de la construction en Espagne pour y vendre leurs produits. Des dizaines de maisons canadiennes y sont en construction.

Les fabricants canadiens de portes, de serrurerie, de matériel électrique, de système de chauffage (traditionnel et solaire) et de climatisation, d'appareils sanitaires, de verrerie, de boiserie intérieure, etc, peuvent profiter de Construmat pour faire valoir leurs produits auprès des sociétés espagnoles et européennes avides de produits nouveaux et de technologies nouvelles. Pour faire partie des dix sociétés canadiennes qui participeront au pavillon du Canada à Construmat, une demande doit être introduite auprès de Luc Santerre, Direction de l'expansion du commerce en Europe, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Fax : (613) 995-6319.

a attiré 18 000 visiteurs. C'est là la preuve que l'expérience valait la peine d'être répétée.

Bien qu'aucune vente sur place n'ait été attendue ou conclue, les ventes anticipées ou ultérieures au cours d'une période de douze mois ont atteint entre 18 et 20 millions de dollars.

Les résultats obtenus et la nature unique de ce salon-congrès (où les Canadiens ont excellé) ont convaincu Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada d'aménager encore une fois un stand canadien.

La première expérience des entreprises canadiennes à *Geotechnica* a montré que lorsque celles-ci exposent en groupe, le stand canadien est assuré d'un emplacement de choix, qui permet aux exposants d'élargir leurs réseaux ou de trouver de nouveaux créneaux.

En outre, selon les agents commerciaux canadiens en Allemagne, la parti-

cipation à cette foire commerciale peut cristalliser des projets futurs de transfert de technologie et d'activités conjointes.

Les technologies de pointe présentées au salon-congrès comprennent la télédétection, les technologies de l'environnement, les systèmes d'information en géosciences, et la cartographie, autant de domaines où brillent les Canadiens.

Les entreprises qui souhaitent participer à *Geotechnica 93* et obtenir de plus amples renseignements peuvent communiquer avec Thérèse Gervais, Direction générale de l'Europe de l'Ouest, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie, Foires et missions commerciales (RWTF), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 992-7001. Fax : (613) 995-6319.

Place aux contrats lors du salon du meuble de Toronto (IIDEX)

Toronto—Un des plus gros salons du genre dans le secteur de l'ameublement de bureau—The International Interior Design Exhibition (IIDEX)—se tiendra à Toronto du 19 au 21 novembre 1992. Les délégués commerciaux canadiens ont recruté à travers le monde des acheteurs de haut calibre pour cet événement, que plusieurs considèrent comme Le Salon de l'année.

Plus de 20,000 stylistes, architectes et spécificateurs (ceux qui spécifient la marque, le modèle, la couleur, le design), viendront se familiariser avec le savoir-faire canadien en matière de fabrication de mobilier de bureau. On souhaite voir se répéter à IIDEX 1992

des réussites comme celle du Knoll Group of Canada: en effet, suite à leur participation à IIDEX —et grâce au recrutement efficace d'acheteurs américains par le Consulat Général du Canada à Dallas, cette société de Weston, Ontario, a vendu pour \$ 15.5 millions de mobilier de bureau sur mesure aux nouveaux quartiers généraux de la U.S. Federal Reserve Bank à Dallas. Pour plus de renseignements sur IIDEX'92, prendre contact avec Michel Samson, Division de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, AECEC. Tél. : (613) 991-9479. Fax : (613) 990-9119.

Agro-alimentaire**Coentreprises avec l'Amérique latine et les Antilles**

Deloitte & Touche Management Consultants et l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA) ont mis sur pied un projet visant à susciter des coentreprises entre sociétés agro-industrielles d'Amérique du Nord.

Ce programme pilote qui bénéficie de l'appui financier de l'Agence canadienne de développement international et d'Agriculture Canada vise d'abord à favoriser des coentreprises entre des sociétés de l'Équateur, du Costa Rica, de la Jamaïque, de Trinité et Tobago, de

l'Uruguay et du Canada. Le projet a permis de recenser environ cinquante entreprises agro-industrielles de l'Amérique Latine et des Antilles (ALA) qui seraient intéressées à une association à long terme avec d'éventuels partenaires nord-américains. Ces entreprises et ces projets feront l'objet d'une description plus exhaustive dans d'autres numéros de *CanadExport*.

Au Canada, des entreprises de secteurs autres que le secteur agro-industriel pourraient figurer au nombre des part-

naires éventuels. Il pourrait s'agir aussi bien d'entreprises agro-industrielles que d'entreprises employant des produits agricoles dans leur processus de fabrication, par exemple, ou encore de distributeurs de produits agro-industriels aux consommateurs ou de sociétés capables de fournir l'aide nécessaire au chapitre de la machinerie, de la technologie, des connaissances en gestion et du financement.

Produits et types de partenaires

La plupart des entreprises d'Amérique latine recensées sont des sociétés exportatrices de produits agro-industriels à valeur ajoutée. Y figurent notamment :

- une société exportatrice de purées et de pulpes congelées de fruits tropicaux (bananes, papaye, ananas, goyave) — en quête d'un partenaire possédant les capacités financières et techniques qui permettraient d'augmenter la capacité de transformation.

- une société productrice de poudre de cacao et de noix de coco — en quête d'un partenaire intéressé à investir conjointement afin de mettre sur pied un projet clé en main axé sur la noix de coco.
- un producteur de pâtes alimentaires à base de blé et de riz — intéressé à un projet de coentreprise axé sur la distribution et la technologie.

- un producteur de sauces et de pâtes — désireux de trouver un partenaire dans le secteur de la distribution qui puisse fournir un marché établi et un nom de produit en vue de ventes en Amérique du Nord et en Amérique latine.

- un producteur de fruits tropicaux séchés — à la recherche d'un partenaire investisseur pouvant fournir la technologie et la connaissance du marché nécessaires pour attaquer les marchés des États-Unis et de l'Europe.

- un producteur de jus, de gelées et de marmelades de fruits tropicaux — en quête de partenaires dans le secteur de la distribution, qui puissent aussi aider l'entreprise à mettre sur pied les exportations

(Voir page 8 — L'industrie.)

Alimentation et biens de consommation au menu des foires commerciales au Mexique

Guadalajara — Les fournisseurs d'aliments transformés, de boissons, de matériel de magasin, d'articles de loisirs et de ménage, et d'articles-cadeaux ont une occasion de pénétrer les marchés de ces produits au Mexique.

ANTAD93, qui se tiendra du 27 au 30 mars, pourrait leur ouvrir les portes de ces marchés qui promettent d'être lucratifs. Il s'agit de la deuxième participation d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada à cette foire commerciale. Celle de 1992 a été jugée un succès par les 29 entreprises participantes, qui nous ont recommandé de renouveler l'expérience. Ce qui n'est guère étonnant!

ANTAD attire quelque 10 000 gé-rants et acheteurs de supermarchés, de grands magasins et de boutiques spécialisées, points de vente des secteurs mexicains en plein essor de l'alimentation et des biens de consommation.

Tout indique que l'importation de biens de consommation au Mexique va aller sans cesse croissant, les consommateurs désirant essayer de nouveaux produits et ce genre de produits importés étant considéré comme un symbole de statut social.

De fait, les importations devraient

augmenter de 10 p. 100 par année entre 1992 et 1994. Au cours des trois dernières années, les ventes d'aliments transformés importés ont doublé, s'élevant à plus de 650 millions de dollars annuellement.

Les entreprises (jusqu'à trente, dont les demandes seront acceptées par ordre d'arrivée) qui peuvent inclure dans leur itinéraire une visite à Mexico pourront participer à un salon de l'alimentation qui se tiendra à l'ambassade du Canada le 1^{er} avril.

Les frais sont de 950 \$ pour les entreprises souhaitant participer à ANTAD et de 1 200 \$ pour celles désirant assister également au salon de l'alimentation du Canada à Mexico.

Pour de plus amples renseignements, joindre M^{me} Sony Marques. Foires et missions commerciales, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LTG), AECEC, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6142. Fax : (613) 952-3904.

Les demandes d'aide et de renseignements portant sur des points particuliers peuvent être adressées au bureau commercial, Ambassade du Canada, Mexico. Tél. : 011-52-5-254-3288. Fax : 011-52-5-545-1769.

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1^{er} octobre 1992 (vol. 10 n° 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le troisième article de la série, qui porte sur le secteur du matériel de transport. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

ÉQUIPEMENT ET SERVICES POUR L'INDUSTRIE PÉTROLIÈRE

Selon le *Oil & Gas Journal*, la production pétrolière du Mexique arrive au troisième rang mondial, avec des réserves évaluées à un niveau se situant entre 45 et 60 milliards de barils. Le marché mexicain commence aujourd'hui à s'ouvrir aux sociétés étrangères. Grâce à sa technologie de pointe et aux aptitudes en matière de coopération de ses entreprises, le Canada est bien placé pour s'accaparer d'une part considérable de ce marché.

Le secteur pétrolier est l'un des fondements de l'économie mexicaine et constitue la principale source de devises étrangères. Petroleos Mexicanos (PEMEX), monopole d'État qui gère l'exploration, l'exploitation et la distribution du pétrole et du gaz, est l'une des plus grandes sociétés du monde. Dans les années quatre-vingt, une grande part des revenus de PEMEX ont servi à rembourser la dette écrasante du Mexique.

La société PEMEX rattrape aujourd'hui son retard, après avoir maintenu pendant dix ans les achats, la modernisation et l'entretien des équipements au plus bas niveau. PEMEX prévoit dépenser dans les quatre ou cinq prochaines années quelque 20 milliards de dollars américains en équipements et services. On s'attend à ce que les achats d'équipement pour les champs pétroliers et gazières augmentent chaque année d'environ 4,5 p. 100, atteignant 801,6 millions de dollars US en 1992.

Bien que PEMEX ait toujours compté sur les importations (213 millions de dollars US en 1988 et une estimation de 280,4 millions pour 1992), le Mexique a tenté de restreindre la participation d'intérêts étrangers dans le secteur stratégique du pétrole et du gaz par une politique de remplacement des importations visant à maintenir son indépendance, à encourager l'industrie intérieure et à économiser des devises étrangères rares. Face à la vive concurrence sur le marché mondial, PEMEX se montre maintenant plus favorable aux fournisseurs étrangers et aux contrats de services.

Une vaste restructuration déléguera des pouvoirs en matière de planification et d'achats aux régions, aux différents services d'exploitation et, en ce qui concerne la plupart des produits pétrochimiques primaires et secondaires, au secteur privé (y compris les sociétés étrangères). À l'heure actuelle,

nombre d'appels d'offres et tous les marchés d'approvisionnement des divisions régionales sont réservés aux seuls fournisseurs mexicains. Cependant, le recours croissant à des maîtres d'oeuvre internationaux pour des projets clés en main et l'intérêt marqué envers la technologie étrangère pourraient renverser la tendance qui exclut les sociétés étrangères au profit des entreprises mexicaines, si elle est appuyée par un accord de libre-échange nord-américain qui garantit l'accès aux marchés publics.

Pour faire face à la demande intérieure, le Mexique doit tirer le maximum de ses vastes ressources en gaz naturel et de sa capacité de production dans le secteur de la pétrochimie. S'il veut affronter la concurrence internationale, ce dernier secteur devra moderniser ses usines d'éthylène, notamment. L'industrie pétrochimique mexicaine enregistrera de 1990 à 1994 une croissance estimée à 8 p. 100 par année. Les exportateurs canadiens de résines, de machines pour les plastiques et d'outils et de matrices pourront profiter des investissements de l'ordre de 4 à 5,5 milliards de dollars US prévus au cours de cette période.

Nouvelle réglementation mexicaine en matière d'étiquetage

Depuis le 24 septembre 1992, tous les produits entrant au Mexique doivent être étiquetés en langue espagnole. On refusera l'entrée aux produits qui ne satisfont pas à cette nouvelle norme; quant aux produits qui réussiraient quand même à entrer et seraient détectés par la suite, ils risquent d'être confisqués et les fabricants de se voir imposer une amende équivalant à 150% de la valeur du produit.

Avant de pouvoir placer leurs produits sur le marché mexicain, les manufacturiers doivent obtenir des certificats de conformité. Ces certificats peuvent être obtenus de la Direction générale du Secrétariat à l'Économie et aux Finances (SECOFI) du Mexique.

Pour plus de renseignements, s'adresser à Marcel Lebleu, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, AECEC. Tél. : (613) 995-8804. Fax : (613) 943-8806.

AU CALENDRIER

Toronto-5 novembre—«Ateliers Parlons Risques» communiquez avec le directeur de comptes, tél. : (416) 973-6211, fax : (416) 862-1267; **Vancouver-16 novembre**-tél. : (604) 666-62343, fax : (604) 666-7550; **Edmonton-18 novembre**-tél. : (403) 292-6898, fax : (403) 292-6902; **Winnipeg-20 novembre**-tél. : (204) 983-5114, fax : (204) 983-2187; **Montreal-24 novembre**-tél. : (514) 283-3013, fax : (514) 878-9891; SEE siège social à Ottawa, tél. : (613) 598-2500, fax : (613) 237-2690.

Ottawa - 19 novembre - Un séminaire Connexion Entreprises organisé par Environnement Canada sera tenu à l'hôtel Château Laurier. On y traitera du sujet : «Négociations relatives au commerce extérieur : une perspective de développement durable». Contacter Dina Derenzis, Ottawa, tél. : (613) 526-4249 ou 1-800-267-0666.

Mississauga — 25 et 26 novembre — **Conférence de 1993 sur les perspectives dans le secteur du tourisme et Conférence de 1993 sur les tendances en commercialisation du tourisme.** Ces conférences, qui arrivent à point nommé, offrent une occasion unique d'obtenir de solides informations commerciales, les avis d'experts en économie, et de réfléchir à l'avenir de l'industrie du tourisme dans un climat de compétitivité. Pour obtenir des renseignements complémentaires, veuillez communiquer avec Dina Derenzis, Secrétaire des conférences, Le Conference Board du Canada, Ottawa. Tél. : (613) 526-4249. Fax : (613) 526-4857.

Toronto — 14 décembre (Questions

relatives aux exportations); 15 décembre (Questions relatives à l'importation) — Deux cours intensifs visant à exposer aux spécialistes des douanes les faits nouveaux concernant l'Accord de libre-échange nord-américain et les questions transfrontières, et à les informer des façons pratiques et sûres de

minimiser les droits de douane. Pour des renseignements complémentaires (y compris l'information sur les frais d'inscription), veuillez vous adresser à Rebecca Young, Directrice de la commercialisation, Institute for International Research, Toronto. Tél. : (416) 928-1078. Fax : (416) 928-2994.

L'industrie agro-alimentaire (Suite de la page 6.)

à destination de l'Europe et du Japon.

- un producteur d'aliments (pour bébés) fabriqués à partir de fruits et de légumes tropicaux — en quête d'un partenaire pouvant fournir l'aide technique et le réseau de distribution permettant d'organiser les exportations vers l'Amérique du Nord et l'Europe.

- un exportateur de pois cajans emballés — en quête d'un partenaire pour organiser la distribution sur le marché ethnique nord-américain.

- un exportateur de produits à base de tomates, de confitures et de sauces tropicales — en quête d'un partenaire intéressé à mettre en commun technologie et capital en vue d'une augmentation de la production et de l'organisation de la distribution en Amérique du Nord et au Japon.

- un exportateur de fruits et de légumes frais provenant de régions tempérées — en quête d'un partenaire pour monter un réseau de distribution hors saison en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.

- un producteur de produits naturels (à base de miel et autres) —intéressé à trouver un partenaire qui puisse fournir un appui technique et assurer la distribution en Amérique du Nord ou sur d'autres marchés.

- un exportateur de pâtes alimentaires et

d'aliments préparés —intéressé à trouver un partenaire pour organiser la distribution des produits aux États-Unis.

- un producteur de produits naturels pour le marché des animaux domestiques — en quête d'un partenaire pour organiser la distribution en Amérique du Nord et en Europe.

Formes d'aide offertes

Le projet peut aussi servir à trouver des partenaires latino-américains, dans le secteur agro-industriel.

Il offre — gratuitement — aux entreprises canadiennes l'aide suivante :

- Recherche d'entreprises latino-américaines et antillaises capables d'assurer un approvisionnement stable en matières premières et en produits finis;

- Cueillette de renseignements techniques et financiers sur les entreprises et les pays concernés;

- Présentation des entreprises latino-américaines aux entreprises canadiennes; appui aux visites en Amérique latine ou aux Antilles dans le cadre de l'organisation des négociations initiales.

Pour des renseignements supplémentaires, communiquer avec Emilio Portocarrero, Deloitte & Touche Management Consultants, 386, Woolwich St, Guelph (Ontario) N1H 3W7. Tél. : (519) 822-2000. Fax : (519) 822-0247.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation

Part paid Postage Paid

NBRE BLK

T-3691

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°19

16 novembre 1992

Un marché de plusieurs billions de dollars

Comment vendre aux gouvernements américains

Doreen Conrad

Quel que soit le produit ou le service offert par votre entreprise, un des nombreux gouvernements américains, que ce soit au niveau de l'administration fédérale, locale ou de l'État, en a sûrement besoin.

Ces paliers de gouvernement constituent le principal marché de biens et de

services au monde. Les dépenses annuelles des gouvernements locaux et des états ont atteint à elle seules 2,15 billions de dollars en 1991.

Cela vous intéresse? Vous voudrez donc savoir de quelle façon obtenir votre part de ce marché de plusieurs milliards de dollars et ce qu'il faut

faire pour y réussir.

Cela est probablement plus facile que vous ne le croyez; il y a une certaine paperasserie, mais une fois que vous savez comment remplir les formulaires et que vous connaissez les procédures, ce n'est pas difficile. Les gouvernements des états envisagent déjà la plus grande libéralisation des échanges avec les sociétés canadiennes en raison de l'engagement de discuter plus à l'avance de la possibilité de les inclure dans les négociations dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

En fait, de nombreux états n'ont pas de politique favorisant l'achat de biens de l'État, et le Buy America Act s'applique uniquement aux programmes financés par le gouvernement fédéral.

Faire connaître et exporter ses services dans le monde entier

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) a organisé un ensemble d'activités destinées à souligner le fait que le mois de novembre est, au Canada, le Mois des services. Une de ces activités consiste en une série de séminaires qui sont offerts aux

Kingston (Jamaïque), Bruxelles (Belgique), Riyadh (Arabie saoudite), Rabat (Maroc), Budapest (Hongrie), Mexico, Boston, Atlanta, Chicago, Minneapolis, San Francisco et Los Angeles.

En plus d'entretiens particuliers avec les délégués commerciaux, les participants bénéficieront d'exposés offerts par des conférenciers invités qui aborderont des sujets comme les façons de commercialiser ses services aux États-Unis, les implications de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) pour l'industrie canadienne des services et d'autres sujets connexes.

Les séminaires, qui dureront une journée, auront lieu à **Moncton** (le 23 novembre), à **Toronto** (le 24 novembre), à **Québec** (le 25 novembre), à **Vancouver** (le 30 novembre), à **Calgary** (le 1^{er} décembre) et à **Saskatoon** (le 2 décembre). Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur VisionExport 92 ou pour se procurer des formulaires d'inscription, on est prié de communiquer avec la Direction des services financiers et des services aux entreprises d'AECEC. Tél. : (613) 996-0705. Fax : (613) 943-1100.

Spécial sur les foires commerciales :

pp 2 & 4-8

exportateurs de services dans le cadre de VisionExport 92. Comme cela s'est fait récemment dans le cadre d'activités organisées au mois d'octobre, des délégués commerciaux canadiens seront rappelés de certaines ambassades à l'étranger pour venir rencontrer des exportateurs et s'entretenir avec eux des débouchés existant dans leurs secteurs respectifs au chapitre de l'exportation de services.

Cette activité, qui débutera le 23 novembre, réunira des délégués commerciaux en provenance des missions suivantes : Bangkok (Thaïlande), Kuala Lumpur (Malaisie), Santiago (Chili),

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

NOV 17 1992

INTERNATIONAL LIBRARY
OF
BUSINESS
AND
ECONOMICS

Mission commerciale

Afin de se familiariser avec les modalités des ventes aux gouvernements des états, la Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis (UTO) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada parrainera une mission commerciale à un atelier de trois jours sur le sujet, qui aura lieu du 16 au 18 février 1993, à Orlando en Floride.

L'atelier, commandité par la U.S.
(Voir page 8— Vendre.)

DANS CE NUMÉRO

Débouchés commerciaux	3
Le Salon du Bourget	8
Secteurs prioritaires au Mexique	10
Contrats décrochés	11
Au calendrier	12

Canada

UN REGARD NOUVEAU SUR L'EXPORTATION

Faut-il la faire, la foire?

Ce numéro accorde une attention particulière aux foires commerciales, comme nous le faisons de temps à autre au fil des chroniques et des éditoriaux (voir éditorial du 1^{er} mars 1991 intitulé *Les foires: une mine d'or*). La participation aux foires commerciales représente un volet important de la stratégie de marketing de beaucoup d'entreprises. Presque chaque numéro de *CanadExport* vous invite à participer à une foire ou l'autre, sans compter les diverses sollicitations qui vous parviennent d'associations et de magazines spécialisés.

Par contre, dans un contexte économique difficile, les entreprises y regardent à deux fois avant d'investir temps et argent, et cherchent à maximiser le rendement pour chaque dollar dépensé. Ainsi, il vous faudra d'abord décider s'il vaut la peine de participer, étant donné les contraintes humaines et financières que cela impliquera, et ensuite tenter de choisir "la" bonne foire, celle qui s'avérera un investissement judicieux et profitable pour votre entreprise.

La première chose à faire sera de comparer les coûts de participation à la foire aux coûts des visites individuelles que vous devriez faire auprès des clients potentiels, pour rejoindre le même bassin de population. Pour ce faire, divisez le coût total par le nombre de clients que vous estimez rencontrer. Et bien que le coût initial de participation ait pu vous sembler trop élevé au départ, ce calcul vous fera peut-être voir les choses différemment, sans compter les autres éléments que vous pourriez aussi chiffrer, comme l'économie de temps et d'argent réalisée en faisant toutes ces rencontres en un même endroit.

Pour ceux d'entre vous qui vendez des produits difficilement transportables, comme de la machinerie, par exemple, et que vous ne pouvez présenter dans vos tournées individuelles, la foire vous donnera souvent l'occasion de monter et présenter votre produit sur place, facilitant

ainsi le contact direct entre clients et produit.

Une foire professionnelle devrait vous donner l'occasion de voir ce qui se fait de mieux dans votre industrie et vous aider à situer votre produit parmi la concurrence. En outre, plusieurs foires et salons ajoutent un volet formation et perfectionnement à leurs activités: colloques et conférences vous donnent l'occasion de rencontrer les chefs de file de l'industrie et d'agrandir votre réseau de contacts.

L'emplacement que vous réussirez à obtenir et la qualité de vos voisins immédiats auront un impact certain sur le flot de visiteurs qui se dirigeront vers votre stand: vous profiterez de l'achalandage suscité par un voisin comme vous pourriez souffrir de l'impopularité d'un autre. D'où l'intérêt, par exemple, de regrouper les exposants sous un parapluie canadien, comme le fait Affaires Extérieures et Commerce International Canada dans nombre de représentations à l'étranger.

Autre facteur positif: les visiteurs qui se présentent à votre kiosque ont déjà, au départ, un intérêt dans ce secteur, même si cet intérêt n'est pas toujours clairement défini. Il est donc vraisemblable de penser qu'il vous sera plus facile de traiter avec eux qu'avec des clients "à froid."

D'autre part, il vous faudra soupeser les facteurs positifs que nous venons d'énumérer avec les aspects plus négatifs de votre participation: Ainsi, pouvez-vous vous permettre d'avoir une ou deux personnes en dehors du bureau durant quelques jours? Pour certaines petites entreprises, cela peut être un facteur déterminant. Votre entreprise sera-t-elle en mesure de satisfaire dans l'immédiat la demande accrue qui pourrait résulter de votre participation à la foire? Dans la négative, il vaudrait mieux retarder votre participation plutôt que de vous mettre à dos des clients insatisfaits. Dans les cas où il s'agit pour vous de participer à des événements où vous êtes déjà allés, vous voudrez sans doute vous assurer que de nouveaux clients potentiels y soient attendus et consulter la liste des exposants confirmés.

Parce qu'il reste que les foires commerciales coûtent cher et qu'elles ne sont pas nécessairement la meilleure option pour tous; en dernière analyse, ce sera à vous de décider s'il s'agit d'un investissement rentable pour votre entreprise.

Le rédacteur en chef
Sylvie Bédard

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef:
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél.: (613) 996-2225
Fax: (613) 992-5791
Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage: 33 000 exemplaires.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à: CANADEXPORT (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

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

COSTA RICA — Une importante coopérative agricole, qui produit du sucre, du café et des oranges, désire se procurer des **appareils de transformation alimentaire neufs et usagés**. La coopérative a un urgent besoin d'équipement de transformation pour la production de jus d'agrumes. Il serait préférable de correspondre avec la coopérative en espagnol, bien que l'anglais écrit soit compris. Les entreprises canadiennes intéressées peuvent communiquer directement avec Dagoberto Rodriguez, Cooperativa Agrícola Industrial Vicoria R. L., Apartado Postal 176-4100, Grecia, Costa Rica. Tél. : (506) 44-5638/5866. Fax : (506) 44-63-46.

ETATS-UNIS — Un importateur et distributeur de **jouets, nouveautés et produits industriels et de consommation de technologie rudimentaire et moyenne** est intéressé à établir des accords avec des petites ou moyennes compagnies canadiennes qui n'ont pas encore pénétré dans le marché américain. Envoyer la documentation publicitaire du produit, listes des prix et demande de renseignements à: J.M. Mumford, président, Tradewell International, Inc., 4902 Carlisle Pike, #293, Mechanicsburg, PA 17055 USA. Tél./téléfax: (717) 697-6529.

ÉTHIOPIE — L'Institut de recherche en agriculture invite les soumissionnaires admissibles à présenter, d'ici le 10 décembre 1992, des soumissions cachetées pour la fourniture de **machinerie agricole** (cinq groupes de nettoyage et traitement des semences, qua-

tre moissonneuses-batteuses, sept tracteurs et arracheuses-chargeuses ainsi que du matériel agricole), de **véhicules** (douze automobiles de type familiale, cinq camionnettes et trois autobus) et de **vingt-et-un récepteurs radio**. On peut se procurer les documents d'appel d'offres (N° IDA-1521-ET-2-92) pour environ 15 \$ CAN. Les fournisseurs canadiens intéressés peuvent communiquer avec DOMCAN (téléx : 21053), ou obtenir l'aide nécessaire pour se procurer ces documents en

manufacturier qui pourrait fabriquer sa **chaise ergonomique** en vue de la vendre sur le marché nord-américain. Il faudrait acheter une composante de l'entreprise néo-zélandaise et verser une redevance. Communiquer avec Ross Rieger, Directeur général, Health Appliance Centre, C.P. 56-248, Auckland, Nouvelle-Zélande.

PHILIPPINES — Une entreprise établie, qui fabrique et distribue de **l'équipement de purification et de traitement de**

l'eau, souhaite s'associer à des entreprises canadiennes pour l'assemblage partiel ou la fabrication de cet équipement qui est destiné aux marchés de l'Asie et des Philippines. Communiquer avec Roberto So, président, Systemnomics (Philippines) Inc., C.P. 2068, Manille, Philippines. Tél. : (632) 22-16-71. Fax : (632) 522-4147.

PRINCIPAUTE DE LIECHTENSTEIN — Une entreprise d'ici est à la recherche de produits alimentaires et non alimentaires (biens de consommation), de produits chimiques et industriels intermédiaires, de produits pharmaceutiques génériques et de techniques connexes (ventes de licences de production et unités de production). Communiquer avec A. Beck Ag. Tél. : 41-75 2 83 77. Fax : 41-75 8 10 10.

TAIWAN — Une entreprise taiwanaise est à la recherche de fournisseurs de **rails de rebut, de fonte, de bois, d'aluminium doux, d'acier doux, et de fils et câbles de cuivre de rebut**. Les quantités requises varient. On peut obtenir le cahier des charges et les détails au *Taiwan Trade Centre*, Place Montréal Trust, ave 1800 McGill College, pièce 2108, Montréal (Québec), H3A 3J6. Tél. : (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

envoyant une demande à cet effet, par fax, au no 251-1-512818.

IRAN — Une société de commerce extérieur, qui fournit depuis cinq ans des matières premières et semi-finies à des fabricants de pneus, de caoutchouc et de savon, désire importer d'entreprises canadiennes les produits suivants : du suif non comestible, des huiles essentielles comestibles et non comestibles, des polybutadiènes, du caoutchouc éthylène-propylène-diène, du caoutchouc butadiène-styrène, du caoutchouc isobutène et isoprène et des polybutadiènes (extenseur à l'huile). Communiquer avec Trans Khazar Trading Company, 62, ave Fatemi, Téhéran, Iran. Tél./fax : (021) 654579.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une société nouvellement établie, qui se spécialise dans le domaine de l'électronique, souhaite accroître sa gamme de produits grâce à des **produits électroniques nouveaux et innovateurs**. Communiquer avec Stephen Loo, Knight Werkes Ltd., C.P. 97-458, South Auckland Mail Centre, Auckland, Nouvelle-Zélande.

NOUVELLE-ZÉLANDE — Une entreprise souhaite trouver au Canada un

Choisir la bonne foire commerciale

Le grand nombre de foires peut poser un problème : comment choisir celle qui correspond le mieux à vos besoins et à vos objectifs?

Si la foire à laquelle vous désirez participer existe de longue date, plusieurs sources de renseignements s'offrent à vous et peuvent vous aider à évaluer son potentiel.

Vous pouvez ainsi glaner des renseignements en vous adressant aux organisateurs, à un ou plusieurs organismes indépendants qui évaluent les foires commerciales, ou à des entreprises qui y ont déjà participé.

Une des stratégies les plus rentables consiste à recueillir des renseignements sur le genre de public que les foires précédentes ont attiré et sur la composition du parc d'exposants.

Les expositions commerciales qui visent un public très vaste attirent des exposants dont les produits s'adressent à une vaste clientèle indifférenciée; généralement de grandes dimensions, elles peuvent attirer des foules immenses. À l'inverse, les expositions commerciales ciblant des secteurs précis de l'industrie ont tendance à attirer un nombre plus restreint d'exposants et de visiteurs.

Toutefois, le nombre de visiteurs ne doit pas constituer l'unique critère sur lequel fonder la décision de prendre part ou non à une manifestation. La qualité des visiteurs qui se présenteront à votre kiosque importe autant que leur nombre.

Parmi les renseignements fournis par les responsables de l'exposition figurera la liste des entreprises y ayant précédemment pris part. Examinez-la soigneusement et efforcez-vous de répondre, entre autres, aux questions suivantes : ces entreprises et la vôtre visent-elles la même clientèle? Reconnaissez-vous parmi ces entreprises certains de vos concurrents? Ont-ils participé régulièrement à cette manifestation dans le passé? Si vous obtenez des réponses favorables à toutes ces questions, poursuivez votre enquête. Vous tenez

peut-être l'exposition qui vous convient.

Vous pouvez aussi tenter de dresser un profil des visiteurs. Représentent-ils le genre d'entreprises auxquelles vous aimeriez vendre vos produits? Détiennent-ils le pouvoir d'acheter ou celui d'influencer les achats? S'agit-il de personnes que vous rejoignez déjà par d'autres moyens? Si vous répondez oui à ces questions, alors vous devriez très probablement participer à cette manifestation.

Une fois cette question réglée, il est recommandé de participer une première fois à l'exposition choisie, en qualité d'observateur plutôt que d'exposant. Ainsi, vous pourrez réellement prendre le pouls de l'événement.

Surveillez la publicité et les activités de promotion qui annoncent la tenue de la foire. Ceci peut vous donner une bonne idée de l'activité et des industries auxquelles les organisateurs accordent la préférence. Vous pouvez également communiquer avec certaines des entreprises qui ont, dans le passé, exposé leurs produits à la foire. Prenez soin de préparer des questions précises : combien de visiteurs votre kiosque a-t-il accueillis? Pouvez-vous attribuer, de façon directe, certaines de vos ventes à votre participation à cette foire commerciale? Comptez-vous y participer à nouveau? Ces démarches devraient vous permettre de rassembler les renseignements nécessaires à votre participation. La trousse de pré-inscription qui vous est envoyée peut aussi vous aider à évaluer la manifestation : généralement, elle vous renseigne sur les entreprises participantes, l'emplacement de leurs kiosques, les noms et les titres des membres du personnel affectés aux kiosques (ces renseignements peuvent vous être utiles si vous désirez rencontrer des personnes précises, surtout si elle sont susceptibles d'avoir une influence favorable sur vos affaires).

Le jour du lancement de l'exposition, efforcez-vous d'arriver sur les lieux une demi-heure avant l'ouverture. Vous pourrez ainsi juger de l'efficacité de

l'organisation : les préposés aux inscriptions sont-ils trop peu nombreux, de sorte qu'il se forme de longues files d'attente, ou tout se passe-t-il au contraire sans anicroche? Le personnel est-il chaleureux et bien renseigné? Avant de visiter les kiosques précis que vous avez ciblés dans le cadre de vos recherches, parcourez l'exposition au complet. Cela vous permettra de mieux comprendre le plan d'ensemble, de situer les secteurs attirant le plus grand nombre de visiteurs, d'avoir une idée du nombre de visiteurs qui peuvent visiter un kiosque ou passer à proximité (l'affluence dépend-elle uniquement du nombre de visiteurs qui assistent à l'exposition, ou les critères de composition et de qualité de l'assistance y comptent-ils pour quelque chose?), de saisir la logique de la disposition des kiosques et de vous renseigner sur les emplacements occupés par vos concurrents.

Retournez à la foire le jour de sa clôture et visitez sans vous presser les kiosques de quelques exposants dont les produits ne rivalisent pas avec les vôtres. Les participants, bien que fatigués, sont en général disposés à fournir un bilan sommaire de la manifestation.

Une fois la foire terminée, communiquez avec les organisateurs et demandez leur de vous fournir le bilan de la manifestation, qui comprend surtout des données quantitatives sur les visiteurs et leurs mouvements. Plusieurs organisateurs vous fourniront d'eux-mêmes des éléments qui vous permettront de placer les renseignements recueillis dans un contexte adéquat. Si vous le désirez, vous pourrez aussi communiquer à nouveau avec certains des exposants.

Le mot de la fin : vérifiez — avant de vous inscrire à une exposition — l'importance que lui accorde votre secteur de l'industrie. Puisque vous payez pour participer à une exposition commerciale, il est important de vous assurer que votre argent est investi de la manière la plus rentable.

Calendrier des manifestations commerciales aux É.-U.

Voici une liste des événements commerciaux qui auront lieu aux États-Unis en 1992-1993 et auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) compte participer. Il est possible d'obtenir de plus amples renseignements sur ces activités auprès des agents chargés des divers secteurs.

Produits, systèmes et services de technologie de pointe

Matériel informatique, logiciels, informatique, traitement des données et bureautique

Agent : G. Willows Tél. : (613) 993-6576

- **NetWorld Boston** - Du 12 au 14 janvier 1993 - Boston - Matériel, logiciels, périphériques et accessoires de réseaux axés sur les ordinateurs personnels (PC).
- **Comdex Spring/Windows World** - Du 24 au 27 mai 1993 - Atlanta - Matériel, logiciels, périphériques, accessoires et autres produits pour petits systèmes informatiques.
- **PCExpo** - Du 29 juin au 1^{er} juillet 1993 - New York - Exposition axée sur le matériel, les logiciels, les périphériques et les accessoires pour petits systèmes informatiques.

Produits et services de consommation

Meubles et mobilier

Agent : M. Samson Tél. : (613) 991-9479

- **Solo Office Furniture Shows** - Cleveland et Columbus, mars 1993. Mobilier de bureau.
- **Solo Healthcare Furniture Show** - Les 25 et 26 mars 1993 - Minneapolis - Mobilier pour le secteur des soins de santé.

Vêtements et chaussures

Agent : N. Peacock Tél. : (613) 991-9476

- **Canada Mode** - Du 27 février au 2 mars 1993 - New York - Vêtements pour dames.
- **Mid-West Men's Wear Collective** - Février 1993 - Chicago.

Équipement industriel et environnemental

Produits et services environnementaux

Agent : D. Marsan Tél. : (613) 991-9478

- **Hazardous Material Control Resources Institute's (HMCRI) Superfund 92** - Du 1^{er} au 3 décembre 1992 - Washington - Les systèmes et services de collecte, de confinement et d'élimination de matières toxiques et dangereuses produites par les municipalités et les industries.
- **Petrosafe 93** - Du 26 au 28 janvier 1993 - Houston - Détection de matières dangereuses, matériel de traitement et d'élimination, matériel de prévention des incendies et de lutte contre les incendies, systèmes de confinement et de

nettoyage des déversements de pétrole, matériel d'incinération.

- **Atelier de technologie océanographique** - 26 février 1993 - Newport (Rhode Island) - Cet atelier a pour objectif de promouvoir le commerce, les coentreprises, les alliances stratégiques et les projets de développement conjoints entre des organismes canadiens et américains.
- **Plant Engineering & Maintenance Show (PEM 93)** - Du 8 au 11 mars 1993 - Chicago - Le matériel, les fournitures et les services de contrôle de la pollution pour les installations industrielles.
- **American Water Works Association Expo & Conference** - Du 6 au 10 juin 1993 - San Antonio (Texas) - Compteurs, conduites, robinets et autres éléments utilisés par les services d'aqueduc.
- **Hazardous Materials Management Conference** - Du 9 au 11 juin 1993 - Atlantic City (N.J.) - Matériel de maintenance, de traitement, d'entreposage et de transport des matériaux et des déchets dangereux.
- **Air and Waste Management Association** - Du 13 au 18 juin 1993 - Denver (Colorado) - Exposition de produits et de services servant au contrôle de la pollution de l'air et à la gestion des déchets comme des instruments, de l'équipement de contrôle et des services d'ingénierie et de consultation.
- **Waste Expo 93** - Du 23 au 25 juin 1993 - Chicago - Du matériel de collecte, de transport et d'élimination des déchets solides et dangereux, ainsi que de l'équipement, des produits et des services connexes.

Outillage de fabrication

Agent : P.A. Rolland Tél. : (613) 991-9475

- **National Industrial Fastener Show** - Du 24 au 26 mai 1993 - Columbus (Ohio).

Matériel et services d'alimentation électrique et d'énergie

Matériel et services de transmission et de distribution

Agent : A. McBride Tél. : (613) 993-5149

- **Power Gen 92 Show** - Du 17 au 19 novembre 1992 - Orlando - Équipement servant à la production d'électricité.

Systèmes de transport et matériel connexe

Automobile (équipement d'origine)

Agent : A. McBride Tél. : (613) 993-5149

- **Society of Automotive Engineers Show** - Du 1^{er} au 4 mars 1993 - Detroit - Pièces pour automobiles.
- **Mid-America Trucking Show** - Du 4 au 6 mars 1993 - Louisville - Pièces et équipement pour camions.

(Suite à la page 6.)

Manifestations commerciales aux États-Unis *(Suite de la page 5.)*

- **Mission du Michigan en Ontario et au Québec (transport public)** - Janvier 1993 - Étude de la technologie du gaz naturel comprimé (GNC) au Canada.
- **Mission d'acheteurs de la Nouvelle-Angleterre et de New York en Ontario et au Québec (transport public)** - Mars 1993 - Équipement, systèmes et technologies du transport public.
- **International Public Transit Expo (IPTE)** - Du 4 au 6 octobre 1993 - Nouvelle-Orléans - Il s'agit de la plus grande exposition au monde d'équipement et de technologies utilisés pour les systèmes de transport urbain. Le Canada y sera représenté par un stand national. Les entreprises qui désirent participer à cette exposition de calibre mondial peuvent maintenant réserver de l'espace.
- **Colloques** - Exportation de services de marketing aux États-Unis - Du 23 novembre au 2 décembre 1992 (Moncton, Toronto, Québec, Montréal, Vancouver, Calgary et Saskatoon).
- **Mission** - Vendre aux gouvernements des états américains - Du 16 au 18 février 1993 - Orlando.
- **Mission** - Possibilités de partenariat dans le domaine de l'architecture - Janvier 1993 - Minneapolis.

Programmes de défense, produits, équipement et services connexes

Équipement de sécurité

- Agent : P.A. Rolland Tél. : (613) 991-9475
- **COPEX USA 93** - Les 25 et 26 mai 1993 - Baltimore.

Services

Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9440

- **Mission commerciale - Media Contacts** - Janvier 1993 - San Francisco.
- **Mission commerciale dans le domaine du transport** - Mars 1993 - El Paso.
- **Mission commerciale dans le domaine du génie conseil** - Décembre 1992 - Seattle.
- **Mission commerciale** - Novembre 1992 - Atlanta - Services de logiciels/cadre d'utilisation/technologie informatique pour le secteur de la défense.
- **Colloque** - Partenariat dans le domaine du génie conseil - Janvier 1993 - Vancouver.

Marchés publics non liés à la défense

Agent : D. Conrad Tél. : (613) 998-9440

- **Mission commerciale au U.S. General Services Administration (GSA)** - Janvier 1993 - Forth Worth - Vêtements de sécurité.
- **Communications Networks (ComNet) 93** - Du 2 au 4 février 1993 - Washington (D.C.) - Communication de données vocales, transmission de données, produits de réseaux.
- **Federal Computer Conference & Expo West** - Mai 1993 - Anaheim.
- **Federal Office Systems Exposition (FOSE)** - Avril 1993 - Washington (D.C.) - Technologie informatique.

Foires/missions en Afrique et au Moyen-Orient

Voici la liste des foires commerciales et des missions en Afrique et au Moyen-Orient auxquelles Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada participera au cours de l'année financière 1992-1993.

Pour plus d'information, communiquer avec Eric Brown, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient. Tél. : (613) 990-6592. Fax : (613) 990-7437.

- **Mission sur les produits de consommation et les maisons de commerce au Yémen, en Emirats arabes unis et en Arabie saoudite** — Janvier 1993.
- **Mission et séminaires sur les services de la technologie et les équipements de protection de l'environ-**

nement en Israël — Février 1993.

- **Rencontre de la Commission économique conjointe Canada-Arabie saoudite** — Février 1993 (provisoire) — Ryad, Arabie saoudite.
- **Séminaires au Maghreb sur les services, les techniques et les équipements de protection de l'environnement** — Février 1993 — Algérie, Morocco et Tunisie.
- **Foire commerciale internationale de Koweït** — Février 1993.
- **Exposition nationale du pétrole du Moyen-Orient** — Avril 1993 — Bahrein.

Le Japon : foires et missions commerciales

Voici, dans l'ordre alphabétique, par secteur et selon l'ordre chronologique, une liste des projets principaux de promotion 1992-1993 au Japon, auxquels Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces manifestations et sur la façon de participer, veuillez communiquer avec les agents commerciaux indiqués, en utilisant le numéro de téléphone fourni ou le numéro de fax suivant : (613) 943-8286.

Produits agro-alimentaire et fruits de mer

- **Foodex 93** - Japon - Aire d'information centrale - Mars 1993. On mettra l'accent sur les aliments transformés. Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619.
- **Exposition individuelle des produits alimentaires de Kansai au printemps** - Osaka - Exposition individuelle - Mars 1993. On mettra l'accent sur les produits alimentaires transformés et semi-transformés. Personne-ressource : Greg Bates (613) 995-8619.

Industries biologiques et produits pour les soins de santé

- **Mission à l'étranger relative au Système d'information géographique** - Japon - Décembre 1992. On mettra l'accent sur tous les aspects des systèmes d'information géographique. Personne-ressource : John Scofield (613) 995-8596.

Produits grand public

- **Salon individuel des produits de plein air (villégiature et loisirs)** - Osaka - Kiosque d'information - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les articles de sport et les produits de loisirs en plein air. Personne-ressource : Wayne House (613) 995-1678.
- **Salon international des meubles de Tokyo** - Tokyo - Kiosque d'information - Décembre 1992. On mettra l'accent sur les meubles (de tous genres). Personne-ressource : Pat Cronin (613) 996-2460.

Industries des produits forestiers et de la construction

- **Salon canadien individuel des maisons en bois rond** - Tokyo - Exposition individuelle - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les maisons en bois rond et les produits grand public de plein air. Personne-ressource : Wayne House (613) 995-1678.
- **Salon du granite** - Tokyo et Nagoya - Exposition individuelle - Novembre 1992. On mettra l'accent sur les produits en granite. Personne-ressource : Wayne House (613) 995-1678.

Informatique

- **Mission et séminaire à l'étranger dans le domaine des logiciels pour gros ordinateurs** - Japon - Mission à l'étranger - Janvier 1993. On mettra l'accent sur les logiciels pour gros ordinateurs. Personne-ressource : Pat Cronin (613) 996-2460.

Listes des foires commerciales et missions en Europe de l'Ouest en 1993

Voici, en ordre chronologique au sein de chaque secteur, les principales foires et missions commerciales auxquelles la Direction de l'expansion du commerce en Europe (RWTF) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) envisage de participer en 1993.

Les stands nationaux (SN) désignent une participation à grande échelle où plusieurs sociétés sont regroupées autour d'un centre d'information et d'une aire d'accueil gérés par le gouvernement du Canada.

Les kiosques d'information avec entreprises (KIE) sont des kiosques où la participation du gouvernement se limite à une aire d'accueil et un bureau financés par AECEC, entourés des stands de diverses entreprises qui participent à leur propre compte.

Les kiosques d'information (KI) permettent au gouvernement de se réserver une petite aire servant à la distribution des brochures fournies par les entreprises.

Les missions sont constitués soit d'exportateurs canadiens (MVE), ou d'acheteurs potentiels de l'étranger (MEA).

Pour obtenir plus d'information sur ces événements ou sur la façon de participer, communiquer avec RWTF. Tél. : (613) 996-5554. Fax : (613) 995-6319.

Produits agricoles et alimentaires, équipement et services

- **Agrotica** — Salonique (Grèce) — Février 1993 — Salon annuel de produits agricoles, incluant les semences, les pommes de terre, les fèves soya, le sperme de bétail et des services d'amélioration des troupeaux, ainsi que des produits forestiers (KI).

(Voir page 8 — L'Europe.)

L'Europe

(Suite de la page 7.)

• **SIA** — Salon agricole international. Paris (France) — 1er au 8 mars 1993 — Bétail de reproduction (KIE).

Produits de construction et services

• **BAU 93** — Munich (Allemagne) — 19 au 24 janvier 1993 — Produits de construction. Partenariat (kiosques d'information) avec le COFI et le BPIP (KI).

• **Construction-Turquie 93** — Istanbul (Turquie) — Janvier 1993 — Construction et matériaux de construction (KI).

• **Batibouw** — Bruxelles (Belgique) — Février 1993 — Produits en bois et matériaux de construction à valeur ajoutée (KIE).

Produits de consommation

• **London International Boat Show** — Londres (R.U.) — 7 au 17 janvier 1993 — Loisirs nautiques (KIE).

• **Harrogate International Toy Fair** — Harrogate (R.U.) — 11 au 16 janvier 1993 — Jouets, jeux, produits de Noël (KIE).

• **CPD Collection Premiere** — Dusseldorf (Allemagne) — 7 au 10 février 1993 — Exposition annuelle de la haute couture canadienne des vêtements pour dames.

• **ISPO (printemps) 93** — Munich (Allemagne) — 4 au 7 mars 1993 — Articles de sport, y compris les vêtements d'hiver (SN).

• **International Hardware Fair 1993** — Cologne (Allemagne) — 7 au 10 mars 1993 — Outils, serrures et raccords, matériaux de construction et de bricolage (SN).

• **Igedo** — Dusseldorf (Allemagne) — Mars 1993 — Mode et vêtements (KIE).

Recrutement en cours pour le Salon de l'aéronautique de Paris de 1993

Le Bourget - Pour la dix-huitième fois, le Canada compte bien participer au plus grand et plus prestigieux salon de l'aéronautique du monde. Le Salon de l'aéronautique de Paris (SAP) aura lieu dans cette banlieue de Paris du 10 au 20 juin 1993. Le Canada, par l'entremise d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada y présentera une fois encore un important pavillon national.

Le SAP est «le» salon auquel les entreprises canadiennes «doivent» participer pour frayer avec les gens du milieu et établir des contacts commerciaux, puisque plus de 147 000 «professionnels» du monde entier participent à cette exposition de dix jours.

Depuis 1965, le Canada prend part au SAP qui est organisé tous les deux ans en alternance avec l'Exposition aérospatiale internationale de Farnborough,

en y présentant un stand national et un pavillon de grande qualité.

En 1991, lors de la dernière présentation du SAP, 39 entreprises canadiennes et trois provinces y étaient représentées. Les participants canadiens ont fait état de ventes de plus de 750 millions de dollars!

Les entreprises canadiennes du domaine de l'aérospatiale qui désirent participer au SAP de 1993 doivent communiquer avec André Pascal (tél. : (613) 996-5555), ou avec Louise Cameron (tél. : (613) 996-3607), des Foires et missions commerciales, Direction de l'expansion du commerce, de l'investissement et de la technologie, Direction générale de l'Europe de l'Ouest, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2.

Vendre aux gouvernements (Suite de la première page.)

National Association of State Purchasers Association, sera donné par des acheteurs principaux représentant plus de 30 états. Les participants pourront aussi avoir un entretien privé de dix minutes avec des responsables des achats.

Si vous souhaitez y participer, vous devez faire parvenir, d'ici le **18 décembre 1992**, les renseignements suivants à Doreen Conrad de UTO (fax : (613) 990-9119) :

- nom, adresse et personnes-ressources de l'entreprise;
- description des produits ou des services;
- exportez-vous déjà aux États-Unis?
- vendez-vous déjà aux gouvernements des états américains?

Le nombre de places étant limité, les entreprises intéressées doivent réserver tôt.

Comment s'y prendre

Voici quelques conseils sur la façon de s'y prendre pour vendre aux gouvernements des états américains.

Au niveau des états, la responsabilité des approvisionnements est très centralisée : les divisions des achats achètent la plupart des biens et des services d'usage courant pour toutes les autres agences de l'État. Il est important, afin de savoir de quelle façon les soumissionnaires éventuels sont choisis, de communiquer avec la division des achats de l'État auquel vous désirez vendre vos produits ou services. Certains utilisent des listes de fournisseurs, d'autres annoncent leurs besoins. Certains exigent des frais pour l'inscription sur la liste des vendeurs, d'autres pas.

Il faut ensuite établir des contacts avec l'agence cliente. Il est important de comprendre le mandat de l'agence,

(Voir page 12: Vendre.)

Pièces automobiles

Le Canada pourrait obtenir une plus grande part du marché guatémaltèque

Les statistiques relatives aux importations des cinq dernières années (1987-1991) indiquent que le Guatemala constitue un « vigoureux » marché pour les pièces de rechange, dont les importations ont atteint 20 512 481 \$US en 1991.

Ces mêmes statistiques révèlent que les ventes du Canada au cours de cette période ne représentaient qu'un pour cent ou moins de la part de ce marché.

Ces constatations sont issues de l'étude *Automobile Spare Parts: An Overview of the Market — Guatemala*, préparée par la Direction commerciale de l'ambassade du Canada à Guatemala.

Cette étude fait également remarquer qu'« il n'y a aucune raison pour que le Canada ne puisse accroître sa part des exportations, et entrer en concurrence directe avec des pays comme la Suède, le Mexique, l'Italie, l'Espagne et la Corée du Sud. C'est un marché de consommation de 20 millions \$ par an dans lequel les manufacturiers canadiens ont fait leurs preuves, et sa proximité géographique autant que la dévaluation du dollar le rendent encore plus attrayant ».

Cette observation est d'autant plus pertinente que ce marché est appelé à s'élargir, étant donné qu'on prévoit « une hausse spectaculaire du nombre de véhicules ». De plus, un sondage effectué par l'ambassade indique qu'environ 15 p. 100 des stocks des concessionnaires sont achetés à des exportateurs indépendants. L'étude indique que c'est sur cette part de marché que devraient se concentrer les exportateurs canadiens.

Voici quelques autres facteurs en faveur des Canadiens désireux de pénétrer ce marché :

- la fabrication locale ne peut avoir d'incidence sur la participation du Canada au marché guatémaltèque;
- le marché du Guatemala est facile d'accès du fait que le gouvernement

n'impose pas de règlements spéciaux aux importateurs; il n'exige pas en effet de licence d'importation ni d'étiquetage en espagnol et ne requiert aucun emballage spécial.

L'étude couvre un certain nombre d'autres domaines, dont les droits de douane à l'importation, la cotation des prix, les modalités de paiement, les services d'expédition et les canaux de distribution, et dresse une liste des pièces de rechange les plus demandées par les importateurs guatémaltèques.

En conclusion, l'étude fournit quelques conseils utiles.

« Nous conseillons aux entreprises canadiennes qui s'intéressent au marché guatémaltèque de s'adjoindre un représentant ou un agent dynamique installé sur place. C'est la meilleure façon de pénétrer le marché. Et pour accroître encore ses chances de réussite, il est recommandé au fabricant d'épauler son représentant de façon soutenue en expédiant à ses clients des catalogues et des renseignements à jour et en allant

sur place coordonner les activités avec son agent et rendre visite, avec ce dernier, aux clients locaux. Le désir sincère de servir les importateurs et de collaborer avec eux demeure le principal outil de marketing sur ce marché ».

On peut se procurer des exemplaires du rapport, à l'aide du numéro de code 66LA, auprès d'Info Export (voir C.P. au bas de la page).

Pour de plus amples renseignements commerciaux sur le Guatemala, prière de s'adresser à Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460. Fax : (613) 943-8806.

Les intéressés peuvent également communiquer directement avec la Direction commerciale de l'ambassade du Canada, C.P. 400, Guatemala, Guatemala. Fax : (011-502-2) 321419. Téléx : (code de destination 372) 5206 (5206 CANADA GU).

Guide des biens et services

Les Publications Canexport Inc. de Pointe-Claire, au Québec, publieront, deux fois l'an, un nouveau guide de consommation axé sur la promotion des biens et services canadiens auprès des milieux d'affaires du monde entier. On informe les entreprises qui aimeraient figurer dans ce guide que le prochain numéro paraîtra en mars 1993. *Le Répertoire Canexport* est imprimé au total à 60 000 exemplaires et en deux versions, anglaise-française et anglaise-espagnole. Des chambres de commerce étrangères, des délégations commerciales, des ambassades du Canada à l'étranger et des organisations internationales d'importation et d'exportation en assurent la distribution gratuitement, ce qui assure aux annonceurs une visibilité maximale. Canexport offre également aux acheteurs éventuels un service d'orientation gratuit employant un système novateur qui donne accès, par télécopie, à une banque de données. Pour obtenir des renseignements supplémentaires au sujet du *Répertoire Canexport*, on est prié de communiquer avec Canexport Publications Inc., 955, boulevard St-Jean, bureau 203, Pointe-Claire, Québec, H9R 5K3. Tél. : (514) 426-5865. Fax : (514) 426-5854.

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1^{er} octobre 1992 (vol. 10 n° 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le quatrième et le cinquième articles de la série, qui portent respectivement sur le secteur de l'exploitation minière et l'industrie forestière. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

LE SECTEUR DE L'EXPLOITATION MINIÈRE

La technologie canadienne dans le secteur minier est sans égale dans le monde. Sauf quelques exceptions remarquables, le Mexique accuse un retard de cinquante ans par rapport aux progrès récents et veut absolument donner un second souffle à son industrie minière. Dans le cadre de l'ALENA, le Mexique procède à une réforme profonde de la réglementation sur l'exploitation minière afin d'ouvrir le secteur aux investissements étrangers et de favoriser l'adoption de pratiques plus efficaces, plus sûres et plus respectueuses de l'environnement.

Les nouveaux investisseurs s'intéressent à la découverte de nouveaux filons, à la modernisation d'installations inefficaces. Les investissements étrangers dans l'industrie minière mexicaine s'élevaient en 1991 à plus de 515 millions de dollars américains, par rapport à 485 millions l'année précédente. Les Mexicains recommencent à injecter des capitaux dans le secteur, ayant investi en 1991 plus de 570 millions de dollars US contre quelque 220 millions en 1990.

Les exploitants mexicains devaient s'armer de patience pour simplement faire fonctionner les mines, à plus forte raison s'ils voulaient en ouvrir de nouvelles. Compte tenu de la réduction du nombre de problèmes causés par la bureaucratie, comme les décisions arbitraires, le manque de coordination entre les politiques et les renseignements insuffisants, autant de patience n'est plus nécessaire. En raison du climat économique favorable, les compagnies minières mexicaines ont dépensé chaque année, estime-t-on, environ 30 p. 100 de plus pour le matériel et les projets (en 1990, apparemment quelque 600 millions de dollars US au total).

Une étude préparée par KPMG-Peat Marwick estime que l'ALENA entraînerait une hausse de 13,2 p. 100 de la production minière au cours de ses dix premières années d'application, simplement grâce à l'augmentation de la croissance économique et à la stimulation de la demande de produits miniers de base.

Faut-il le préciser, toute augmentation des activités se traduira par de nouveaux débouchés pour les fournisseurs canadiens d'équipement et de services.

Dans l'ensemble, l'ALENA facilitera la tâche aux sociétés

canadiennes pour ce qui est de questions telles que la propriété intellectuelle, l'harmonisation des normes, la fiscalité, les permis de travail et l'accès aux marchés publics. Par exemple, les organismes gouvernementaux mexicains pourraient avoir à mettre en marche un projet de cartographie et d'y affecter quelque 30 millions de dollars US au cours des prochaines années. D'autres projets de grande envergure se profilent à l'horizon.

Malgré la faiblesse des prix des produits de base qui nuit aux exploitants miniers du monde entier, un vent d'optimisme et de dynamisme souffle dans l'ensemble du secteur de l'exploitation minière au Mexique.

L'INDUSTRIE FORESTIÈRE

L'industrie forestière a tout le potentiel nécessaire pour contribuer davantage à l'économie du Mexique. Il faudra une aide financière et technique considérable pour améliorer le rendement dans les domaines de la sylviculture, de la gestion des ressources publiques et privées, de la fabrication et de la mise en marché des produits du bois. Cela se traduira pour les fournisseurs canadiens d'équipement et de services par une augmentation des débouchés commerciaux et des possibilités de transfert technologique et de coentreprises.

L'industrie forestière mexicaine utilisait jusqu'ici de vieilles machines désuètes mais a commencé à les remplacer par un équipement plus récent, compte tenu des meilleures conditions économiques et du contexte favorable aux importations. On s'attend à ce que cette tendance se poursuive dans les années à venir et que le marché total atteigne d'ici 1994 54,9 millions de dollars américains, soit une hausse annuelle de 5 p. 100 en moyenne.

Les importations ont joué un rôle déterminant dans ce secteur puisque la plupart des équipements d'exploitation forestière et de transformation du bois ne sont pas fabriqués au Mexique. La fabrication locale se limite aux outils simples, comme les scies circulaires, les scies à ruban simple, les

(Voir page 11: Le Mexique.)

Le Mexique

(Suite de la page 10.)

outils à main, les moteurs, les déligneuses ainsi que les pièces et accessoires. Le Mexique importe l'équipement plus perfectionné et plus complexe : scies à ruban multi-lames, scies à chaîne, presses à contreplaqué, équipement de fabrication de panneaux de particules, chaudières et fours pour le bois ou la pâte, palans, treuils et grues, outils de rabotage et de coupe pour le façonnage du bois, machines-outils pour le façonnage du bois tels les machines à scier, à raboter, à fraiser ou à couper, à poncer ou à polir, à percer, à fendre, à défibrer, à écorcer, tours et équipement pour la fabrication de meubles.

Les importations représentaient en 1987 70 p. 100 du marché total; leur part est passée à 83 p. 100 en 1988, puis à 84 p. 100 l'année suivante. Les machines et l'équipement d'occasion sont également très en demande au Mexique, puisque la technologie avancée n'est pas très répandue et n'est utilisée que par les très grandes entreprises.

Les États-Unis, avec une part de marché de 50 p. 100, sont le plus grand fournisseur du Mexique en équipement d'exploitation forestière et de transformation du bois. Le Canada a beaucoup augmenté sa part du marché mexicain ces trois dernières années, de 1 p. 100 en 1990 à 10 p. 100 à l'heure actuelle. Les produits et les services suivants offrent des débouchés intéressants : pâte, papier journal, bois d'oeuvre, machines pour l'exploitation forestière et les usines de pâte et papier, technologie pour la création et la gestion de pépinières, reboisement, formation du personnel de production primaire, technologie et équipement pour l'exploitation forestière. La technologie en matière de préservation des forêts, de reboisement et de lutte contre les incendies de forêt vient également en tête des priorités.

Grâce à l'ALENA, le Canada renforcera son avantage concurrentiel sur les fournisseurs étrangers et sera en mesure d'accroître encore sa part de marché.

CONTRATS DÉCROCHÉS

Mason Tools Ltd., Ottawa, a reçu un contrat de fourniture d'outils de repêchage à la commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde. La transaction est appuyée par un prêt pouvant atteindre 131,000 \$ CAN, accordé par la Société des exportations (SEE), et par une subvention de 80 291 \$ CAN de l'agence canadienne de développement international (ACDI). La société Mason Tools Ltd. se spécialise dans le matériel de forage pétrolier. Elle a vendu dans le monde entier son équipement combiné composé d'une coulisse de battage, d'une coulisse hydraulique et d'un raccord amortisseur à faible constante de rappel.

Technophar Equipment and Service Limited, Ottawa, a vendu quatre machines de fabrication de capsules de gélatine dure à Gelcap SRL, une entreprise de Roumanie, grâce à un financement de 3 451 000 \$ US que la société pour l'expansion des exportations (SEE) a accordé à l'acheteur. Technophar Equipment and Service Limited est réputée pour la conception, la fabrication et l'installation de matériel innovateur à la fine pointe de la technologie. Elle a signé d'importants contrats internationaux dans plus de 10 pays, dont certains sont déjà terminés.

VME Equipment of Canada Ltd. de Guelph, a vendu une chargeuse Michigan L190B à une société mexicaine, Triturados y Agregados de Veracruz, S.A., grâce à un appui financier de 178 412,19 \$ US que la société pour l'expansion des exportations (SEE) a accordé à l'acheteur.

Le Petroleum Recovery Institute (PRI), Calgary, a obtenu un contrat dans le cadre international d'association et de transfert de technologie conclu avec la Commission du pétrole et du gaz naturel (CPGN) de l'Inde. La transaction est appuyée par un prêt de 185

184 \$ US, accordé par la Société pour l'expansion des exportations (SEE), et par une subvention de 113 500 \$ US de l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Le PRI est un institut de recherche d'envergure internationale.

Sandvik Process Systems Canada, Ottawa, a vendu un refroidisseur à courroie Sandvik de 48 pouces pour la production novolaque à Fordath, S.A. de C.V. au Mexique, grâce à un financement de 92 680 \$ US de la Société pour l'expansion des exportations (SEE). Sandvik Process Systems Canada est une grande entreprise d'envergure internationale qui fabrique du matériel de congélation et de séchage des aliments, de tri des emballages et de traitement chimique.

ABB Combustion Systems, Ottawa, a gagné un contrat avec la Commission de production d'électricité de Thaïlande pour installer deux générateurs de vapeur de 300 megawatts (MW) à Mae Moh, à 600 km au nord de Bangkok. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) accorde un financement de 73 millions \$ US pour appuyer la transaction. ABB Combustion Systems est l'un des principaux fabricants canadiens de générateurs de vapeur.

Boviteq inc., Saint-Hyacinthe, un Centre de transfert embryonnaire a conclu une importante commerciale pour expédier des embryons bovins congelés de race Holstein à l'état du Parana, Brésil. D'ici à la fin de l'année 1992, le centre expédiera 700 embryons vers ce marché. En association avec Holstein Québec et le Ministère de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec, le centre a signé un contrat pour fournir 400 embryons à la province de Lugo en Espagne. Ce contrat représente le plus gros volume d'embryons jamais importés par l'Espagne.

Vendre aux gouvernements américains (Suite de la page 8.)

ses besoins et sa structure. Vous pouvez aussi obtenir des renseignements sur les budgets et les cycles budgétaires.

Les agences disposent, selon l'État, de certains pouvoirs délégués pour les achats se situant entre 100 \$ et 25 000 \$. Il est facile d'obtenir tous ces renseignements.

Comment être compétitif

La clé du succès sur le marché des états américains c'est de connaître les règles du jeu. Une version abrégée des règles pour chacun des états est présentée dans la publication *State and Local Government Procurement*. (les directives pour commander la publication se trouvent à la fin de l'article). Vous pouvez aussi vous procurer un jeu complet des lois de chacun des états pour environ 40 \$. Chaque commission responsable des achats peut vous dire comment procéder.

Un autre élément de plus en plus important dans le choix des vendeurs est la valeur ajoutée, ou le service. Le niveau de service offert peut en fait faire toute la différence pour l'obtention ou la perte d'un contrat.

La mesure dans laquelle la soumission répond aux besoins réels de l'agence qui utilisera le produit ou le service est un autre élément primordial dans la décision. C'est pourquoi il est important de comprendre le mandat des agences.

Les produits recyclés, une grosse affaire

Vous vendez des produits recyclés? Si tel est le cas, vous jouissez d'un avantage énorme si vous présentez des soumissions pour les marchés publics des états. Très peu de fournisseurs américains offrent des produits recyclés, ce qui en fait un créneau dont les

entreprises canadiennes n'ont qu'à profiter.

Dans plusieurs états, une préférence de dix pour cent du prix est accordée aux soumissions qui offrent des produits recyclés, comme du papier, de l'équipement remis à neuf, de l'huile régénérée, des produits du plastique, etc.

Produits recyclés

Exposition sur les marchés publics
Les fournisseurs de produits recyclés seront peut-être intéressés à participer à une exposition dans le cadre du *Southeast Recycled Products Procurement Conference and Vendor Show* qui aura lieu les 15 et 16 février 1992 à Orlando (Floride), au même moment que la mission commerciale mentionnée précédemment.

Où obtenir de l'information

Une des meilleures sources d'information sur les achats des gouvernements des états est le Council of State Governments. Cette organisation publie des publications peu coûteuses sur les achats de ces gouvernements, dont: *How to Do Business with the States, The Contract Cookbook for Purchase of Services, Purchasing Preference Practices, A 50-State Overview, State Geographic Information Activities Compendium, State and Local Government Purchasing and Directory of State Environmental Officials*.

Communiquer par fax au (613) 990-9119, avec Doreen Conrad, Direction de la promotion du commerce et du tourisme avec les États-Unis, AECEC.

AU CALENDRIER

Toronto - Du 23 au 26 novembre - Canadian Computer Show and Conference. Organisée par les Expositions industrielles et commerciales Inc., la manifestation de l'année, dans le secteur informatique, proposera des solutions technologiques susceptibles d'aider les entreprises à accroître leur efficacité et leur compétitivité. Inscriptions réservées aux gens d'affaires de 18 ans et plus. Pour obtenir des renseignements supplémentaires, on est prié de s'adresser à Deborah Dugan, directrice du marketing. Tél. : (416) 252-7791. Fax : (416) 252-9848.

Vancouver - Le 19 novembre 1992 - Séminaire sur la vente de biens et services au gouvernement fédéral des États-Unis (marchés civils). Le directeur du Business Service Center d'Auburn,

Washington, rattaché à la General Services Administration (GSA), offrira un exposé détaillé sur l'art de vendre à la GSA. Communiquer avec Jacalin Crosfield. Tél. : (604) 666-1440. Fax : (604) 666-8330.

Montréal — 1 décembre; **Toronto** — 2 décembre; **Calgary** — 4 décembre — «Séminaire sur les débouchés commerciaux en Turquie», organisé conjointement par les gouvernements provinciaux, les associations commerciales et le Conseil canadien du commerce avec la Turquie. Ces séminaires s'adressent aux firmes intéressées à des coentreprises et fourniront également des renseignements sur les programmes d'aide existants. S'adresser à Louis J. Duhamel, Montréal. Tél. : (514) 866-1633. Fax : (514) 875-5004.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation
Port payé / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

Vol. 10 N°20

1^{er} décembre 1992

Singapour, le choix des exposants

La République de Singapour est devenue l'endroit par excellence pour tenir des foires commerciales en Asie du Sud-Est. En outre, le pays offre aux sociétés canadiennes de nombreux avantages en tant que marché d'exportation.

Les données publiées récemment par l'Union des foires internationales (UFI), qui a son siège à Paris, confirment que sur ses 40 foires agréées en Asie et au Moyen-Orient, 15 (38 p. 100) ont lieu à Singapour. Sur les 23 foires agréées tenues en Asie, 15 (65 p. 100) ont eu lieu dans cette ville.

Critères régissant les foires

Pour être sanctionnée par l'UFI, une foire doit faire la preuve qu'elle a atteint un niveau professionnel en satisfaisant aux critères suivants :

- afficher un bon bilan. L'exposition doit s'être déroulée avec succès dans la même ville au moins à trois reprises;

- présenter un pourcentage élevé de participants étrangers; un nombre minimal de visiteurs doit venir d'ailleurs;
- satisfaire aux normes élevées établies par l'UFI en matière d'installations de foire.

Voici les principales foires commerciales — annuelles pour la plupart — organisées par Singapour : **CommunicAsia** et **Asia Telecom** (télécommunications); **Food and Hotel Asia**; **Offshore South East Asia** (pétrole et gaz naturel); **Asian Aerospace**; **Sibex** (matériaux et techniques de construction); **WatermexAsia** (gestion et technologie des eaux); **EnvironmexAsia** (gestion et technologie de l'environnement); **ChemAsia** (génie chimique et génie des procédés opérationnels).

Avantages offerts en tant que marché

Outre ses manifestations commerciales de haute qualité, Singapour offre

aux sociétés canadiennes divers avantages en tant que marché d'exportation. Ainsi, étant un centre traditionnel d'exportation en transit (entrepôt), Singapour pratique une politique de libre-échange, c'est-à-dire qu'il n'y a presque pas d'obstacles au commerce — et presque pas de tarifs applicables aux marchandises importées. De nombreuses multinationales y ont des bureaux régionaux ou des bureaux internationaux d'approvisionnement, ce qui contribue à faire de Singapour un grand centre de renseignements sur les fournisseurs pour les marchés de l'ANASE et l'Asie du Sud-Est.

De plus, Singapour possède une excellente infrastructure de transport, dont l'un des meilleurs ports naturels au monde. L'aéroport international Changi a toujours été considéré comme étant l'un des meilleurs au monde.

Les 2,8 millions de Singapouriens sont instruits et travailleurs. Presque tous parlent l'anglais. Le revenu par habitant est supérieur à 17 000 \$ CAN. Le taux de chômage avoisine les 2 p. 100 et le taux d'inflation a été de 3,4 p. 100 en 1991.

Débouchés

En 1991, les exportations canadiennes à Singapour se sont chiffrées à 267 millions de dollars. Les principaux do-

(Voir page 8 — Singapour.)

La Banque Mondiale et l'agriculture

Une des activités organisées dans le cadre du Mois des services 1992 est un atelier explorant les débouchés existant à la Banque mondiale pour les consultants en agriculture.

L'atelier se déroulera à l'hôtel Royal York de Toronto le 7 décembre 1992 et fera appel à des conférenciers attachés à la Banque mondiale, à des entreprises privées de service-conseil, à l'ambassade du Canada à Washington, à l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et à d'autres organismes du gouvernement offrant des programmes d'aide et d'appui aux exportateurs de services.

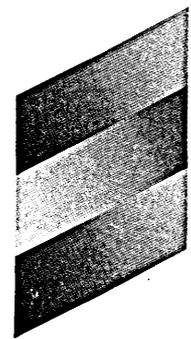
Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC),

l'Institut agricole du Canada et l'Association canadienne des agrologues-conseils coparrainent ces ateliers.

Bien que cette activité ait lieu uniquement à Toronto, toutes les entreprises-conseil canadiennes intéressées aux marchés des pays en voie de développement sont invitées à participer. Quoiqu'il n'y ait pas de frais d'inscription, le nombre de places est restreint. On recommande aux consultants de s'inscrire — les premiers arrivés seront les premiers servis — afin de réserver leur place.

Pour obtenir une copie du programme de l'atelier ou un formulaire d'inscription, on est prié de communiquer avec David Mullen. Tél. : (613) 954-2946. Fax : (613) 941-8464.

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



DANS CE NUMÉRO

Canada/Cuba/Mesures É.-U.	2
Des salons de Kiev à Shanghai ...	4
Missions NEEF	5
Programmes d'exportation et d'investissement d'AECEC	6
Secteurs prioritaires au Mexique 7	

Canada

DORS/92-584; le 9 octobre, 1992

Afin de rejoindre autant de gens d'affaires que possible, la Cour fédérale du Canada a ordonné à CanadExport de publier ce qui suit :

LOI SUR LES MESURES EXTRATERRITORIALES ÉTRANGÈRES

Arrêté 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis)

Attendu que les États-Unis se proposent de prendre une mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi intitulée National Defence Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui touche l'article 515.559 du règlement intitulé Cuban Assets Control Regulations, 31 C.F.R., partie 515, et qui constitue une mesure dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba;

Attendu que la procureure générale du Canada estime que cette mesure est susceptible de porter atteinte, dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba, à d'importants intérêts canadiens touchant une activité exercée en tout ou en partie au Canada ou, d'une façon générale, est susceptible d'empiéter sur la souveraineté du Canada,

À ces causes, avec le consentement de la secrétaire d'État aux Affaires extérieures et en vertu de l'article 5 de la Loi sur les mesures extraterritoriales étrangères, la procureure générale du Canada abroge l'Arrêté de 1990 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis), pris le 31 octobre 1990*, et prend en remplacement l'Arrêté enjoignant à toute personne se trouvant au Canada de donner avis des communications se rapportant à une mesure extraterritoriale des États-Unis qui porte atteinte au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba et de se soustraire à ces mesures, ci-après.

Ottawa, le 9 octobre 1992

La procureure générale du Canada
KIM CAMPBELL

Consentement de :

La secrétaire d'État aux Affaires extérieures
BARBARA McDOUGALL
SOR/DORS/92-584

CANADÉXPOR

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur: Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.

Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADÉXPOR est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPOR (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ARRÊTÉ ENJOIGNANT À TOUTE PERSONNE SE TROUVANT AU CANADA DE DONNER AVIS DES COMMUNICATIONS SE RAPPORTANT À UNE MESURE EXTRATERRITORIALE DES ÉTATS-UNIS QUI PORTE ATTEINTE AU COMMERCE OU AUX ÉCHANGES ENTRE LE CANADA ET CUBA ET DE SE SOUSTRAIRE À CES MESURES

Titre abrégé

1. Arrêté de 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis).

Définitions

2. Les définitions qui suivent s'appliquent au présent arrêté.
«mesure extraterritoriale des États-Unis» Mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi des États-Unis intitulée National Defense Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui prévoit s'appliquer à tout commerce ou à tout échange entre le Canada et Cuba. (extraterritorial measure of the United States)

«personne morale» Personne morale enregistrée ou constituée sous le régime des lois du Canada ou d'une province qui exerce une activité en tout ou en partie au Canada. (corporation)

Avis

3. Toute personne morale et tout dirigeant d'une personne morale qui, relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, reçoivent des directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à la mesure extraterritoriale des États-Unis et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de la personne morale doivent en informer le procureur général du Canada.

Obligation

4. Toute personne morale est tenue de se soustraire à la mesure extraterritoriale des É.-U. relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, ainsi qu'aux directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à cette mesure et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de cette personne morale.

* DORS/90-751, Gazette du Canada
Partie II, 1990, p. 4918

DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

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

CHINE (République populaire) — Les sociétés canadiennes désireuses d'exporter leurs technologies et leurs produits en Chine, le plus vraisemblablement au sein d'une co-entreprise, peuvent communiquer avec Zhang Mao, directeur général de la Strain Eighth Co. (Canada), pièce 1, n° 3, voie 1640, chemin Nanjing ouest, Shanghai, Chine 200040. Tél. : 8621-2533551. Fax : 8621-3248360 Ma Xinkui, a/s Shao Zhixiong.

JORDANIE — L'ambassade du Canada à Amman signale qu'un certain nombre d'investisseurs jordaniens sont à la recherche d'usines à prix de revient bas et de chaînes de fabrication complètes qui soient d'occasion, mais en bon état de fonctionnement. On a notamment besoin de ce qui suit : usines de première transformation et de préparation des aliments; produits en plastique; appareils sanitaires; ampoules électriques et tubes fluorescents; peintures; produits chimiques; fournitures médicales à usage unique; filtres d'automobile; radiateurs; pièces de rechange. Les intéressés peuvent présenter leurs offres à l'ambassade du Canada, qui les transmettra à des clients et à des investisseurs jordaniens pour étude et, éventuellement, négociations directes avec les fournisseurs. Pour renseignements : Sahid Museitif, agent commercial principal, Ambassade du Canada, CP 815403, Amman, Jordanie. Tél. : (011-962-6) 666-124. Fax : (011-962-6) 689-227. Téléx : (Code de destination 0493) 23080 (23080 CANADJO).

NICARAGUA — Une société locale souhaite mettre en place un plan de partenariat ou d'investissement pour terminer la deuxième phase d'un com-

plexe d'aménagement touristique. Pour renseignements : Antonio Barberena Salinas, Del Calvario 2 Cuadras al Oeste, Jinotepe, Carazo, Nicaragua, Central America. Tél. : (011-505-2) 41-737.

TANZANIE — Un petit confectionneur souhaite monter une coentreprise avec un fabricant canadien de textiles et de vêtements. La société met l'accent sur la création d'une usine de tricots pou-

vant produire 600 000 tee-shirts et autres tissus maillés par an. Il s'agirait d'investir dans une gamme étendue de machines à tisser, à coudre et autres, de matériel d'usine et de personnel technique. Pour renseignements : Raza Kara, directeur général, Teena Garments Manufacturers Ltd., B.P. 5416, Dar-es-Salaam, Tanzanie. Tél. : 63786. Fax : (255) (051) 46150/62409. Télégramme/câble : DAR ES SALAAM (TEENAGAM).

CONTRATS DÉCROCHÉS

Les architectes Bregman et Hamann remportent un concours de design pour un aéroport chinois.

L'aéroport international Xiamen Gaoqi, situé dans la province de Fujian, en Chine, a confié la conception de sa nouvelle aérogare à la B + H Architects International Inc., de Toronto, dans le cadre d'une coentreprise avec l'Institut de design-architecture de Chine de l'Est. Cette société était le seul bureau d'études de l'Ouest dont la candidature ait été retenue par le jury, qui était composé de spécialistes du Bureau d'administration de l'aviation nationale de la RPC et de l'Institut de design de l'aviation civile. Les travaux de construction de la nouvelle aérogare devraient débiter cette année. Une fois terminée, l'aérogare traitera de huit à dix millions de passagers par an.

Canatom, en collaboration avec Energie atomique du Canada limitée (EACL), Montréal, vient d'obtenir un contrat pour la construction de deux nouvelles centrales CANDU en Corée du sud, Wolsong 3 et 4. Canatom participera à l'ingénierie, à l'approvisionnement et à la gérance de la construction, un contrat évalué à environ 40 millions \$ et qui s'étendra sur les

quatre ou cinq prochaines années.

COM DEV Ltd., Cambridge (Ontario) a obtenu un contrat de sept millions de dollars de la société Alenia Spazio, de Rome (Italie), pour la fourniture d'unités embarquées de traitement de signaux pour la charge utile de télécommunication qui sera utilisée sur le satellite mobile de l'Agence spatiale européenne. Chef de file mondial dans la mise au point d'unités de traitement de signaux, COM DEV est la seule compagnie nord-américaine à participer à ce projet parrainé par l'Agence spatiale européenne.

SR Telecom Inc. (SRT), de Montréal, a décroché un contrat de 1,6 million de dollars (1,4 million de dollars US) dans le cadre d'un projet en cours, destiné à assurer un service téléphonique primaire et à développer les installations téléphoniques actuelles au Botswana. SRT conçoit, fabrique et commercialise des produits hyperfréquences point à multipoints servant à assurer et à améliorer les services téléphoniques en région isolée. La société est un chef de file mondial dans ce domaine et ses systèmes sont actuellement utilisés dans 68 pays.

Exposition sur les matières plastiques

Shanghai — Cette ville, capitale industrielle de la Chine et centre de production des matières plastiques le plus important du pays, tiendra du 20 au 24 mai 1993 sa 8^e Exposition sur les matières plastiques et caoutchoucs (Chinaplas'93).

Les sociétés canadiennes, qui sont invitées à y participer, auront ainsi l'occasion d'y faire des incursions dans les secteurs des matières plastiques (on prévoit une croissance annuelle de 8 p. 100 d'ici 1995) et des caoutchoucs (croissance annuelle de 5 p. 100 jusqu'en 1995). L'exposition de l'an dernier, à laquelle participait le Canada, avait réuni 149 exposants (dans 81 p. 100 des cas, ils n'en étaient pas à leur première participation, et 98 p. 100 d'entre eux s'étaient déclarés satisfaits des résultats obtenus. L'exposition avait attiré 59 000 visiteurs en provenance de 18 pays.

Sont exposés des machines, des moules et des accessoires; du matériel auxiliaire pour usines d'extrusion; des presses; des machines à souffler; des machines pour la fabrication de la

mousse et le traitement des résines actives; des machines de postfinition et à imprimer; des machines de post-traitement; ainsi que des matières premières et des auxiliaires.

Pour obtenir des formulaires de participation ou de réservation et de plus amples renseignements, communiquer avec Chinaplas'93, Adsale Exhibition Services Ltd., 21/F, 109-111, Gloucester Road, Wanchai, Hong-Kong. Tél. : 852-511-5011. Téléx : 63109 ADSAP HX. Fax : 852-507-5014.

Pour obtenir des renseignements d'ordre général, communiquer avec Robert LeBlond, Direction de l'expansion du commerce en Asie de l'Est (PNC), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6987. Fax : (613) 996-4309.

Les intéressés peuvent aussi communiquer avec Gilles Potvin, troisième secrétaire (Commerce), à l'Ambassade du Canada, 19 Dongzhimenwai Dajie, district de Chao Yang, Beijing PRC 100600. Téléx : 22717 CANAD CN. Fax : (861) 532-4072.

À Kiev, pleins feux sur les télécommunications

Les sociétés canadiennes auront l'occasion de manifester leur savoir-faire en matière de télécommunications, d'établir des liens commerciaux et de "hisser le drapeau" du 9 au 12 mai 1993.

C'est en effet la période choisie par l'Université de Kiev pour tenir sa première Foire-conférence annuelle des télécommunications et de l'information (NeoCom'93).

Les organisateurs de la manifestation font valoir que l'Ukraine, qui compte plus de 51 millions d'habitants et possède un territoire grand comme la France, consacrera plus de 10 milliards de dollars au développement des télécommunications d'ici l'an 2000.

Ils font également valoir que les anciens fournisseurs militaires ukrainiens en matière de télécommunications se

sont joints au secteur privé et qu'ils sont actuellement à la recherche de coentrepreneurs partout où il y a des débouchés dans les domaines des télécommunications cellulaires, par satellites, par fibres optiques ainsi que de la radio-télévision.

En raison de leur expertise avancée et des liens traditionnels qui unissent le Canada et l'Ukraine, les sociétés canadiennes sont bien placées pour percer dans ce marché régional en croissance.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les prix ou les modalités de participation à NeoCom'93, communiquer avec le représentant canadien de la Foire, Ross A. Cowan, RAC Marketing & Associates Inc., 81, Ramsgate, Ottawa (Ontario) K1V 8M4. Tél. : (613) 733-7822. Fax : (613) 733-7131.

Porte ouverte sur l'Amérique latine

Panama - Pour la huitième année consécutive, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) participera à une foire commerciale internationale unique qui présentera des produits du monde entier et réunira des acheteurs de nombreux pays.

EXPOCOMER 93, qui aura lieu à Panama du 10 au 15 mars 1993, revêtira un intérêt particulier pour les compagnies canadiennes de l'agro-alimentaire et de la construction, les fabricants d'ordinateurs, les fabricants d'accessoires automobiles, les fournisseurs d'ordinateurs et d'articles de bureau, ainsi que les compagnies oeuvrant dans les télécommunications et les soins médicaux.

EXPOCOMER est une des foires commerciales les plus importantes en Amérique latine. Cela vaut la peine d'y participer pour les raisons suivantes :

- c'est une façon de se renseigner sur les immenses marchés de plus en plus ouverts des Antilles, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud;
- la zone libre de Colon, la deuxième en importance après celle de Hong Kong, accroît les possibilités offertes aux exportateurs canadiens dans la région et sert de tremplin pour le reste de l'Amérique centrale.

- les entreprises canadiennes qui ont participé aux foires précédentes ont acquis des marchés nouveaux et lucratifs et sont maintenant bien placées dans toute l'Amérique centrale. Les autres participants pourraient connaître le même succès.

Pour plus de renseignements sur EXPOCOMER 93, communiquer avec Tom Bearss, Direction du commerce avec l'Amérique latine et l'Amérique centrale (LGT), AECEC, 125 promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 995-0460, fax : (613) 943-8806.

On peut également se procurer des renseignements directement auprès de Manuel Ruiz, ambassade du Canada, San Jose, Costa Rica. Tél. : (506) 55-35-22. Téléc. : (506) 23-23-95.

Nouveaux exportateurs vers les états frontaliers

Le Programme Nouveaux Exportateurs aux États frontaliers (ou NEEF) est un cours intensif destiné aux représentants de petites et moyennes entreprises canadiennes sur les aspects essentiels de l'exportation vers les États-Unis. Il offre des renseignements pratiques sur l'exportation ainsi qu'une expérience directe sur un marché situé à proximité dans un État frontalier américain. S'adresser au Centre du commerce international (CCI) le plus proche, afin de vous renseigner plus en détail sur les initiatives NEEF. Les CCIs sont localisés conjointement dans les bureaux d'Industrie, Science et Technologie Canada (ISTC).

NEEF en Nouvelle-Angleterre (Boston)

- En provenance de Montréal et de l'est du Canada. **Logiciel.** Du 12 au 14 janvier 1993. Pour renseignements : Huguette Lanoue, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3650.
- En provenance de Moncton (N.-B.) et du Canada Atlantique. **Services de commercialisation interculturels.** Du 26 au 28 janvier 1993. Pour renseignements : Ben Hong, CCI, Moncton. Tél. : (506) 851-6696.
- En provenance de Halifax (N.-É.) et du Canada Atlantique. **Secteur des produits alimentaires.** Du 1er au 4 février 1993. Pour renseignements : Kirsten Tisdale, CCI, Halifax. Tél. : (902) 426-9957.
- En provenance de Laval ou de Saint-Jean (Québec). **Multisectoriel.** Dates à préciser. Pour renseignements : Huguette Lanoue, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3650.
- En provenance de Moncton (N.-B.) et du Canada Atlantique. **Secteurs des matériaux et du transfert de technologies.** Février (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Claude Lapointe, CCI, Moncton. Tél. : (506) 851-6445.
- En provenance de Montréal et de l'est du Canada. **Secteur de la biotechnologie.** Du 2 au 4 mars 1993. Pour renseignements : Huguette Lanoue, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3650.
- En provenance de St. John's (T.-N.) et de l'est du Canada. **Secteur des poissons et fruits de mer.** Du 15 au 18 mars 1993. Pour renseignements : Paul Rose, CCI, St. John's. Tél. : (709) 772-4864.

NEEF à Buffalo

- En provenance du centre de l'Ontario. **Multisectoriel.** Les 24 et 25 mars 1993. Pour renseignements : Bob Garcia, CCI Ontario. Tél. : (416) 325-6859; ou Renée Lazarz, Consulat général du Canada à Buffalo (N.Y.). Tél. : (716) 852-1247.
- En provenance de Saint-Jean (Québec). **Banque fédérale de développement.** Mai (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Paul Delaney, CCI, Montréal. Tél. : (514) 283-3531; ou André Aura, Nouveaux Exportateurs de Saint-Jean (Québec). Tél. : (514) 359-9999.

NEEF à Detroit

- En provenance du Québec et de l'Ontario. **Fabricants de chaussures.** Le 9 janvier 1993. Pour renseignements : Anne Cascadden, Consulat général du Canada à Detroit. Tél. : (313) 567-2340.
- En provenance de l'Ontario. **Fabricants de pièces et ac-**

cessoires d'automobile. Le 19 février 1993. Pour renseignements : Ron Biddle, Consulat général du Canada à Detroit. Tél. : (313) 567-2340.

- En provenance du centre et du sud-ouest de l'Ontario. **Multisectoriel.** Les 23 et 24 février 1993. Pour renseignements : Bob Garcia, CCI Ontario. Tél. : (416) 325-6859.
- En provenance de l'Ontario. **Fabricants de comestibles.** Les 10 et 11 mars 1993. Pour renseignements : Maureen Angus, Agriculture Ontario. Tél. : (416) 861-2400.

NEEF à Minneapolis

- En provenance de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba. **Logiciel.** Du 16 au 18 février 1993. Pour renseignements : Chuck McGriff, Consulat général du Canada à Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641. Au Manitoba, Dick Davis, CCI, Winnipeg. Tél. : (203) 983-4586. En Saskatchewan, David Dix, CCI, Saskatoon. Tél. : (306) 975-4343.
- En provenance de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba. **Matériaux de construction.** Du 3 au 5 mars 1993. Pour renseignements, voir ci-dessus.
- En provenance du nord-ouest de l'Ontario. **Généralités (multisectoriel).** Les 10 et 11 mars 1993. Pour renseignements : Dana Doyle, Consulat général du Canada à Minneapolis. Tél. : (612) 333-4641.

NEEF à Seattle

- En provenance de Vancouver (C.-B.), de l'Alberta et d'ailleurs dans les provinces de l'Ouest. **Matériel d'exploitation minière.** Décembre (date à préciser) 1992. En Colombie-Britannique, la personne à demander est Rick Stephenson, CCI, Vancouver. Tél. : (604) 666-1443. En Alberta, la personne à demander est Neil VanBostelen, CCI, Edmonton. Tél. : (403) 495-4414; ou Audrey Albright, Développement économique et Commerce Alberta. Tél. : (403) 427-4809.
- En provenance de Vancouver (C.-B.), de l'Alberta et d'ailleurs dans les provinces de l'Ouest. **Logiciel.** Janvier (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Stephenson, VanBostelen ou Albright, aux numéros de téléphone susmentionnés.
- En provenance de Vancouver (C.-B.), de l'Alberta et d'ailleurs dans les provinces de l'Ouest. **Marine et embarcations de plaisance.** Janvier (date à préciser) 1993. Pour renseignements : Stephenson, VanBostelen ou Albright.

Services financiers et services aux entreprises :

Une Division qui prend les affaires en main

On reconnaît de plus en plus l'importance du secteur des services dans l'économie canadienne et dans le commerce extérieur.

Les industries canadiennes de services comptent pour 66 p. 100 du produit intérieur brut et pour plus de 71 p. 100 des emplois. De plus, il est possible d'accroître fortement les ventes à l'étranger dans ce secteur, particulièrement dans le cadre de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis (ALE) et de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Parmi les services d'une importance particulière, mentionnons les services d'ingénieurs-conseils et de conseil en gestion, la formation, les services financiers, les communications et les transports.

Un secteur des services dynamique est crucial pour assurer la compétitivité des secteurs primaire, industriel et autres pour qui les services sont des facteurs de production. Il contribue ainsi à la compétitivité des industries et facilite la pénétration de la technologie et du matériel canadiens sur les marchés étrangers.

La création de la Direction des services financiers et des services aux entreprises (TPF) au sein d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) témoigne de l'importance des exportations de services. Cette direction est devenue pour AECEC le centre de coordination des questions relatives au financement des exportations et aux institutions financières internationales.

TPF s'occupe également des services d'ingénieurs-conseils, d'architecture et de construction, des sociétés commerciales, des services d'éducation et de formation, des services financiers et juridiques, des services de comptabilité, ainsi que des services de conseil en gestion, de publicité, de santé et de distribution. Parmi les récentes activités de TPF, notons la première mission dans le domaine des services commer-

ciaux en Europe centrale et en Europe de l'Est. Cette mission était formée de représentants du secteur des services financiers, des services juridiques et des services de conseil de gestion, d'éducation et de formation. TPF a aussi dirigé un programme pancanadien de colloques visant à faire connaître l'aide financière offerte au secteur des services.

Dans le cadre de VisionExport 92 qui a eu lieu au mois dernier, TPF a organisé des rencontres concernant le volet «services» de l'ALENA, des séminaires qui se tenaient dans six grandes villes du pays.

En plus de se charger de ces activités

commerciales particulières, la Direction coordonne la préparation de rapports contenant de l'information commerciale sur le secteur des services dans d'autres pays, transmet cette information à l'industrie et coordonne les activités liées au Mois national des services d'AECEC.

Pour de plus amples renseignements sur l'aide que TPF peut apporter aux entreprises de services, veuillez communiquer avec Marie-Lucie Morin, Directrice, Direction des services financiers et des services aux entreprises, 125, promenade Sussex, Ottawa, K1A 0G2. Téléphone : (613) 996-6210. Télécopieur : (613) 943-1100.

Prix décernés au secteur privé

Les premiers Prix canadiens d'excellence pour l'apport du secteur privé au développement ont été remis récemment dans le cadre des 9^e consultations annuelles entre l'Association des exportateurs canadiens (AEC) et l'Agence canadienne de développement international (ACDI).

Les prix sont une initiative de l'AEC visant à souligner l'importance et l'excellence de la contribution du secteur privé au développement international.

Les lauréats de 1992 ont été choisis par un comité de sélection qui a examiné 57 projets provenant de 45 entreprises canadiennes.

- Le prix d'ingénierie (commandité par le Groupe SNC) a été remis ex aequo à Reid Crowther International Limited, de Calgary (pour approvisionner en eau les huit millions d'habitants de Lagos, au Nigeria); et à la société Novaport de Halifax (pour l'étude de faisabilité, la conception et la gestion du projet d'agrandissement du port de chargement et de plaisance à Dominica, dans les Antilles).

- Le prix de la coopération industrielle (commandité par Northern

Telecom) a été décerné à Coopers & Lybrand, de Toronto (pour son travail en faveur de l'établissement d'une bourse des valeurs mobilières au Ghana).

- Le prix de l'environnement (commandité par Babcox & Wilcox) a été décerné à la Société d'ingénierie Cartier Limitée, de Montréal (pour un projet au Burundi et au Niger consistant dans la production et la commercialisation de combustibles provenant de la dévolatation du charbon et de la tourbe afin de parer aux ravages de la déforestation).

- Le prix du transport (commandité par General Motors du Canada Limitée) a été accordé à Canac International Inc., de Montréal (pour un projet d'adaptation du système d'inventaire du dépôt de CN Rail à la Société des chemins de fer de la Chine).

En remettant les prix, Monique Landry, ministre des Relations extérieures et du Développement international, a souligné que «le secteur privé du Canada est un partenaire indispensable aux efforts de développement ...

(Voir page 7 : Prix décernés.)

Secteurs prioritaires au Mexique

L'Accord de libre-échange nord-américain ouvrira de nouveaux débouchés à l'industrie canadienne au Mexique; toutefois, la plupart des entreprises canadiennes ne savent rien du marché mexicain. Dans le numéro du 1er octobre 1992 (vol. 10 no 16), CanadExport a lancé une série d'articles décrivant les secteurs prioritaires pour les entreprises canadiennes. Le présent numéro contient le sixième et dernier article de la série, qui porte respectivement sur le secteur des télécommunications. Les renseignements proviennent de la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico. Pour plus de renseignements sur le marché mexicain, communiquer avec Marcel Lebleu, responsable du Mexique, Direction des relations avec l'Amérique latine et les Antilles, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, au (613) 995-8804 ou, par fax, au (613) 8806.

TÉLÉCOMMUNICATIONS (Technologie de pointe et électronique)

Les composants électroniques, le matériel et les systèmes de télécommunications ainsi que les logiciels sont les secteurs qui présentent le plus de potentiel pour les entreprises canadiennes.

Le Mexique dépend beaucoup des importations pour répondre aux besoins de son industrie en produits et composants de haute technologie.

Le gouvernement mexicain et le secteur privé se sont engagés sur la voie de la modernisation des infrastructures afin de relever le niveau technologique des capacités de production et d'améliorer la position économique du pays.

L'industrie mexicaine des télécommunications subit actuellement des changements profonds. La déréglementation et la privatisation en sont les facteurs cruciaux, qui ouvrent la voie aux investissements et aux services du secteur privé dans des domaines tels que la téléphonie cellulaire, la construction et la gestion de stations terrestres à hyperfréquences, les transmissions par télécopieur, le courrier électronique et les services de transmission de données.

Le marché mexicain des télécommunications était évalué en 1989 à 557,7 millions de dollars américains et a connu une hausse de 48,5 p. 100 l'année suivante, passant à 828,2 millions de dollars. On s'attend à ce que la consommation apparente totale enregistre de 1990 à 1994 une augmentation moyenne de 12 p. 100 par année, pour atteindre en 1994 une valeur de 1 303,2 millions de dollars US.

Au cours des cinq prochaines années, le marché mexicain des télécommunications devrait connaître une croissance rapide en raison de la privatisation de TELMEX, de la déréglementation du secteur et d'une demande accrue pour la technologie récente, à mesure que les entreprises mexicaines se tournent vers les marchés internationaux. L'importation de pièces représente également des débouchés intéressants, puisque la plupart des composants des produits fabriqués au Mexique sont importés.

Les importations de composants électroniques ont totalisé 97,9 millions de dollars US en 1987 et enregistré une hausse imprévue de 35 p. 100 en 1988, passant à 132,2 millions, résultat des politiques mexicaines de libéralisation des échanges commerciaux. En 1990, les importations ont at-

teint 166 millions de dollars US. Les produits suivants des fournisseurs canadiens offrent les meilleurs débouchés commerciaux au Mexique : blocs d'alimentation, cartes nues, faisceaux de câbles, circuits intégrés, circuits multicouches, tubes électroniques, câbles et connecteurs, connecteurs multiples, relais, commutateurs, résistances, condensateurs, semiconducteurs, transistors, inducteurs et diodes.

Le marché des ordinateurs a connu ces dernières années le plus fort taux de croissance de tous les secteurs industriels mexicains, soit une hausse annuelle estimée à 30 p. 100 depuis 1983. Les importations de matériel informatique ont augmenté de 20 p. 100 par année au cours de cette période. Les ventes de logiciels ont enregistré de 1984 à 1989 une hausse annuelle moyenne de 22 p. 100. Les achats de logiciels au Mexique étaient évalués à 127,3 millions de dollars US en 1988 et à 159,1 millions en 1989. On prévoit une croissance annuelle de ce marché de 23 p. 100 en moyenne, qui devrait atteindre 296,7 millions de dollars US à la fin de 1992. Les micro-ordinateurs représentent une part de 53 p. 100 du marché total des logiciels, les mini-ordinateurs, 30 p. 100 et les ordinateurs centraux, 17 p. 100. On estime qu'au cours des cinq prochaines années, les ventes de logiciels augmenteront à un rythme annuel de 36 p. 100 pour les micro-ordinateurs, de 17 p. 100 pour les mini-ordinateurs et de 11 p. 100 pour les ordinateurs centraux.

Prix décernés *(Suite de la page 6.)*

un acteur de premier plan pour favoriser le développement durable des pays du tiers monde.»

La remise des prix de 1993 aura lieu dans le cadre des 10e consultations ACDI/ACE, qui se tiendront à Ottawa le printemps prochain. La date limite de réception des candidatures est le 31 janvier 1993.

Pour plus de renseignements sur les prix ou pour recevoir un formulaire de demande pour les prix de 1993, communiquer avec Paule Charest, Association des exportateurs canadiens, 19, chemin du Ravin, Sainte-Thérèse (Québec), J7E 2T5. Tél. : (514) 434-4196. Téléc. : (514) 430-5684.

PUBLICATIONS

Mexique

Les exportateurs, les fabricants, les départements de marketing, les équipes de vente et les conseillers en ventes et, en fait, toutes les industries que l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) est susceptible d'influencer pourront vraisemblablement tirer parti du guide *Doing Business in Mexico, A Comprehensive Guide to the Mexican Marketplace*. Ce guide, vendu 79,95 \$ et présenté sous forme de classeur (pour une mise à jour facile), offre des renseignements utiles à toute entreprise voulant profiter de ce marché de plusieurs milliards de dollars. Il aborde, entre autres sujets, les règlements commerciaux, les stratégies de marketing au Mexique, les règlements et des renseignements utiles concernant l'accès, les façons de mener des négociations au Mexique, le commerce de contrepartie, les programmes offerts par les gouvernements fédéral et provin-

ciaux, et les contacts.

Le même éditeur publie *Business Mexico* (125 \$ pour 12 numéros), un bulletin mensuel qui offre des renseignements d'actualité sur divers sujets : négociations entourant l'ALENA, séminaires, expositions et débouchés commerciaux, voyages, et affaires.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires concernant ces publications ou l'ouvrage *Image Library* (49,95 \$), un document offert des cartes des États du Mexique en mode point et en format PCX pour compatibles IBM, on doit communiquer avec International Marketing Publications (IMP), C.P. 359, Carleton Place (Ontario), K7C 3P4. Tél. : (613) 257-2601. Fax : (613) 253-8473.

Des liens dans le monde entier

Les propriétaires de petites et moyennes entreprises constituent la principale cible de la revue *International Business*

Communications (IBC), lancée en octobre et qui sera publiée six fois par année. L'abonnement est de 60 \$. La publication vise à promouvoir le commerce international en mettant l'accent sur les pays qui offrent des possibilités commerciales exceptionnelles. Le premier numéro est axé sur le développement commercial en Inde et comprend un article rédigé par le ministre du Commerce extérieur Michael Wilson. Les prochains numéros de la revue mettront l'accent sur le Canada, la Malaisie, l'Indonésie, les Philippines et l'Amérique latine. Dans chaque pays présenté, IBC conclut des accords de vente et de distribution. Le magazine, qui tirera au début à 12 000 exemplaires, est fourni — par l'intermédiaire des ambassades canadiennes et des commissions commerciales — à des petites entreprises et à des communicateurs d'entreprise du monde entier. Pour plus de renseignements, téléphoner (à Toronto) au 416-256-2093 ou envoyer un message par fax au (416) 787-7587.

Singapour (Suite de la première page.)

maines de débouchés pour les sociétés canadiennes sont la technologie de l'information et les produits électroniques; le matériel et les services environnementaux; l'agriculture et les produits alimentaires; les systèmes et le matériel de transport; les produits et les services de défense; ainsi que le matériel et les services d'exploitation du pétrole et du gaz naturel.

Renseignements

Les sociétés désireuses d'en savoir plus sur les débouchés à l'exportation ou sur les foires commerciales qui

ont lieu à Singapour peuvent communiquer avec le Haut Commissariat du Canada, 80 Anson Road, # 14-00 et 315-00, IBM Tower, Singapour 0207. Tél. : 011-65-225-6363. Fax : 011-65-225-2450.

Pour des renseignements d'ordre général sur Singapour ou des exemplaires d'études de marché portant sur certains secteurs : Ted Weinstein, Direction de l'expansion du commerce en Asie du Sud-Est (PST), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Fax : (613) 996-4309/952-3904.

Déménagement du Bureau de la production de défense

Le Bureau canadien de la production de défense (BCPD) a emménagé dans le Bureau commercial du gouvernement canadien, Édifice GSB, One Belmont Avenue, pièce 611, Bala Cynwyd, Philadelphie (Pennsylvanie) 29004, États-Unis. Tél. : (215) 667-8210. Fax : (215) 667-8148. Les anciens locaux du BCPD ont été conservés et il est toujours possible de composer le (215) 697-1264 ou d'utiliser le numéro de fax (215) 697-1265.

InfoExport

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

NOV 20 1992

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADEXPORT (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Service canadien des postes / Canada Post Corporation

Post paid / Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

CANADEXPORT

REC 3 1992
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Vol. 10 N°21

15 décembre 1992

De l'aide en suppléments ...

Dans notre édition du 2 novembre, c'était le supplément *AgExport*; aujourd'hui, c'est au tour de l'ACDI, et d'autres suivront. Oui : *CanadExport* ouvre dorénavant ses pages à d'autres ministères et agences du gouvernement fédéral. Pourquoi?

Il n'est pas inutile de rappeler que *CanadExport*, publication d'Affaires extérieures et Commerce international Canada, a comme mandat de contribuer à l'accroissement des exportations canadiennes. Nous livrons la marchandise de deux façons: d'abord en informant nos lecteurs sur les politiques et programmes du gouvernement et plus particulièrement de ce ministère en matière d'appui au commerce international; ensuite, en les informant sur le potentiel commercial relevé dans le monde par notre réseau de postes.

L'ACDI

Supplément : pp. I - IV

La collaboration extra-muros s'inscrit dans le premier volet de notre action. D'autres organismes que le nôtre développent des programmes qui pourront vous être utiles dans votre stratégie d'exportation. Nos suppléments vous simplifieront la cueillette d'informations, un exercice trop souvent source de frustration pour les gens d'affaires, étant donné la multiplicité et la disparité des programmes gouvernementaux d'aide à l'entreprise. Disons qu'il s'agit de la réponse de *CanadExport* aux constatations du Comité directeur de la prospérité, qui déplorait l'existence de plus de 400 divers programmes d'aide aux divers paliers gouvernementaux. Ou d'un cadeau à nos lecteurs, cadeau qui se répétera à quelques reprises durant la nouvelle année!

Canada-Mexique :

Partenariat pour la réussite

Le Mexique, ce marché de 85 millions personnes, offre aux entreprises canadiennes une grande variété de débouchés d'exportation. Grâce à un programme réussi de réformes structurelles et à un taux de croissance économique parmi les plus



Meilleurs Vœux!

CanadExport

de retour le 15 janv. 1993

élevés du monde, on assiste à un accroissement de la prospérité et à une demande accrue des consommateurs, en grande partie dirigée vers les biens et services étrangers.

Les entreprises canadiennes qui ont opté pour le marché mexicain ont appris comment relever ces défis et récoltent déjà des profits substantiels. Les exportateurs canadiens doivent agir immédiatement s'ils désirent saisir les nouveaux débouchés qui résulteront de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Toutefois, ces débouchés comportent inévitablement une part de risque. C'est ainsi que pour aider les entreprises canadiennes à soutenir la concurrence au Mexique, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), conjointement avec la Banque de Montréal et l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), a fait publier un guide global, *Mexique-Canada : Partenariat pour la réussite*. Se fondant sur les exemples des sociétés canadiennes déjà actives sur ce marché, le guide décrit, en 10 chapitres, le milieu des affaires au Mexique, les débouchés offerts et la meilleure façon de les exploiter.

Partenariat pour la réussite montre l'importance d'établir des alliances stratégiques pour réussir à percer dans l'environnement commercial mexicain. On peut s'associer avec un agent, un

distributeur ou un partenaire dans le cadre d'une co-entreprise. Le guide explique comment créer de bons contacts au Mexique, comment négocier des accords qui soient mutuellement avantageux et comment éviter les pièges courants. Les exportateurs trouveront également dans ce document des sections qui les aideront à mettre au point une stratégie d'exportation, ainsi que des renseignements sur un certain nombre de lois et de règlements mexicains pouvant influencer les exportations et sur la conduite des affaires avec des sociétés mexicaines.

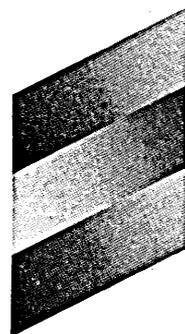
Pour obtenir des exemplaires de *Mexique-Canada : Partenariat pour la réussite*, s'adresser :

- au bureau de l'APECA le plus proche dans les Maritimes;
- aux directeurs régionaux de financement des opérations commerciales de la Banque de Montréal dans les villes suivantes : Vancouver - Robert Lorenzin, tél. : (604) 665-2740; Montréal - Albert Poirier, tél. : (514) 877-9465; Toronto - Pierre Lambert, tél. : (416) 867-6410; Mexico - Tom Murphy, tél. : (52-5) 203-8211; ou appeler sans frais InfoExport à AECEC, au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000); fax : (613) 996-9709. N'oubliez pas de mentionner le code d'InfoExport (175LF).

DANS CE NUMÉRO

<i>Canada/Cuba/Mesures É.-U.</i>	2
<i>Foires : cap vers le sud</i>	3
<i>Présentations vidéo à Taiwan</i>	4
<i>Au calendrier</i>	4

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Canada

DORS/92-584; le 9 octobre, 1992

Afin de rejoindre autant de gens d'affaires que possible, la Cour fédérale du Canada a ordonné à CanadExpress de publier ce qui suit dans deux numéros consécutifs, le premier étant celui du 1er décembre 1992.

LOI SUR LES MESURES EXTRATERRITORIALES ÉTRANGÈRES

Arrêté 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis)

Attendu que les États-Unis se proposent de prendre une mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi intitulée National Defence Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui touche l'article 515.559 du règlement intitulé Cuban Assets Control Regulations, 31 C.F.R., partie 515, et qui constitue une mesure dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba;

Attendu que la procureure générale du Canada estime que cette mesure est susceptible de porter atteinte, dans le domaine du commerce ou des échanges entre le Canada et Cuba, à d'importants intérêts canadiens touchant une activité exercée en tout ou en partie au Canada ou, d'une façon générale, est susceptible d'empiéter sur la souveraineté du Canada,

À ces causes, avec le consentement de la secrétaire d'État aux Affaires extérieures et en vertu de l'article 5 de la Loi sur les mesures extraterritoriales étrangères, la procureure générale du Canada abroge l'Arrêté de 1990 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis), pris le 31 octobre 1990*, et prend en remplacement l'Arrêté enjoignant à toute personne se trouvant au Canada de donner avis des communications se rapportant à une mesure extraterritoriale des États-Unis qui porte atteinte au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba et de se soustraire à ces mesures, ci-après.

Ottawa, le 9 octobre 1992

La procureure générale du Canada
KIM CAMPBELL

Consentement de :

La secrétaire d'État aux Affaires extérieures
BARBARA McDOUGALL
SOR/DORS/92-584

CANADÉXPRESS

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef :
Sylvie Bédard

Rédacteur : Don Wight

Tél. : (613) 996-2225

Fax : (613) 992-5791

Reproduction autorisée en citant la source.
Tirage : 33 000 exemplaires.

CANADÉXPRESS est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), Direction des services de communication sur le commerce (BPT).

Pour vous abonner, expédiez votre carte de visite à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai.

Expédier à : CANADÉXPRESS (BPT), Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

ARRÊTÉ ENJOIGNANT À TOUTE PERSONNE SE TROUVANT AU CANADA DE DONNER AVIS DES COMMUNICATIONS SE RAPPORTANT À UNE MESURE EXTRATERRITORIALE DES ÉTATS-UNIS QUI PORTE ATTEINTE AU COMMERCE OU AUX ÉCHANGES ENTRE LE CANADA ET CUBA ET DE SE SOUSTRAIRE À CES MESURES

Titre abrégé

1. Arrêté de 1992 sur les mesures extraterritoriales étrangères (États-Unis).

Définitions

2. Les définitions qui suivent s'appliquent au présent arrêté.
«mesure extraterritoriale des États-Unis» Mesure contenue dans l'article 1706(a)(1) de la loi des États-Unis intitulée National Defense Authorization Act for Fiscal Year 1993, adoptée par le Congrès des États-Unis le 5 octobre 1992, qui prévoit s'appliquer à tout commerce ou à tout échange entre le Canada et Cuba. (extraterritorial measure of the United States)

«personne morale» Personne morale enregistrée ou constituée sous le régime des lois du Canada ou d'une province qui exerce une activité en tout ou en partie au Canada. (corporation)

Avis

3. Toute personne morale et tout dirigeant d'une personne morale qui, relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, reçoivent des directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à la mesure extraterritoriale des États-Unis et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de la personne morale doivent en informer le procureur général du Canada.

Obligation

4. Toute personne morale est tenue de se soustraire à la mesure extraterritoriale des É.-U. relativement au commerce ou aux échanges entre le Canada et Cuba, ainsi qu'aux directives, instructions, indications d'orientation ou autres communications se rapportant à cette mesure et émanant d'un tiers en situation de diriger ou d'influencer les activités au Canada de cette personne morale.

* DORS/90-751, Gazette du Canada
Partie II, 1990, p. 4918



LES AFFAIRES ET LE DÉVELOPPEMENT

Vol. 1 N°1

15 décembre 1992

Message de la Ministre

Les temps ont beaucoup changé depuis l'époque où l'aide au développement se faisait essentiellement de gouvernement à gouvernement. Le secteur privé s'est affirmé comme un acteur de premier plan de la coopération pour le développement.

L'ACDI continue d'encourager le secteur privé à participer davantage à son action en faveur du développement. Nous avons constaté que l'on fait plus de progrès sur la voie du développement durable lorsque tout le monde est partie prenante au processus et que chacun en retire des bénéfices. Ce constat s'applique tout autant aux citoyens canadiens qu'à nos partenaires des pays en développement.

C'est avec beaucoup de plaisir que je présente cet encart sur le Programme de coopération industrielle (PCI) de l'ACDI. Le PCI constitue un des nombreux mécanismes auxquels recourt l'ACDI pour faire participer nos compatriotes au développement international.

Par l'intermédiaire du PCI, de nombreux exportateurs canadiens, qui ont fait preuve d'esprit d'entreprise, ont pu à la fois se tailler une place sur de nouveaux marchés et partager leurs compétences avec leurs partenaires des pays en développement.

MONIQUE LANDRY
*Ministre des Relations
extérieures et du Développement
international*

Qu'est-ce que l'ACDI ? Que fait-elle ?

L'Agence canadienne de développement international (ACDI), créée en 1968, est l'organisme du gouvernement fédéral chargé de mettre en oeuvre les politiques du Programme canadien d'aide publique au développement (APD) et d'administrer la majeure partie du budget d'aide au développement, qui s'élevait à 3,1 milliards de dollars en 1991-1992. L'ACDI a pour mission de favoriser le développement durable dans les pays en développement. Une part substantielle du budget de l'APD — elle s'établit à environ à 60 cents par dollar — est dépensée ici même au Canada à des fins d'achat de biens et de services nécessaires à l'exécution de projets à l'étranger. L'ACDI a donc tissé des liens de partenariat avec des Canadiens du secteur privé en vue de la prestation de l'aide au développement fournie par notre pays.

Notre programme de coopération représente un lien important entre le Canada et plus de 100 pays qui comptent environ les quatre cinquièmes de la population mondiale. La coopération pour le développement nous met également en contact avec les marchés qui croissent le plus rapidement dans le monde : ceux des pays en développement, notamment en Asie. Comme les pays en développement l'ont souligné

eux-mêmes : «Après l'aide viennent les échanges commerciaux.» Les rapports qu'établit notre programme d'aide élargissent notre éventail de partenaires commerciaux. Parallèlement, ils favorisent la compétitivité de notre secteur privé à l'échelle planétaire en permettant aux compétences et aux techniques canadiennes de se faire valoir dans l'économie mondiale.

Les programmes de l'ACDI comportent des mesures incitatives visant à soutenir l'investissement dans des entreprises de pays en développement; ils donnent à de nombreuses entreprises canadiennes leur première chance de faire une percée sur les marchés extérieurs. Les programmes de l'ACDI tels que le Programme de coopération industrielle encouragent les accords de coentreprises et les investissements en prenant en charge une partie des coûts et en limitant les risques liés à l'arrivée d'entreprises sur de nouveaux marchés.

Le programme d'aide du Canada sert à la fois nos intérêts nationaux et ceux de la communauté internationale. En bref, notre action en faveur du développement mondial contribue à l'instauration d'un climat international plus favorable dans lequel les Canadiens — et nos partenaires d'autres pays — peuvent prospérer.

Nos friandises, c'est du gâteau en Thaïlande

La société Ganong Brothers Ltd a, grâce au concours financier du PCI, conclu un accord de coentreprise avec une entreprise thaïlandaise, Rubia Industries, filiale de Berli Jucker, afin de fabriquer des confiseries et d'autres produits à base de chocolat.

Le PCI a contribué au financement des études de faisabilité nécessaires ainsi que des recherches sur le marché. Il a

été décidé d'aller de l'avant. Les partenaires thaïlandais et canadien ont partagé les coûts de démarrage et la coentreprise leur appartient à parts égales. L'usine a commencé sa production en juillet 1989, et les ventes ont dépassé un million de dollars au bout des 12 premiers mois. Ganong a réussi à s'implanter sur un marché asiatique
(Voir page IV — Friandises.)

Le programme de coopération industrielle (PCI) de l'ACDI

Depuis sa création en 1978, le PCI de l'ACDI, doté de crédits de 75 millions de dollars, a accordé des mesures incitatives financières à plus de 1 600 entreprises de toutes les régions du pays. Ce soutien a débouché sur des associations de longue durée entre des Canadiens et des partenaires du secteur privé dans les pays en développement. Ces liens de partenariat se sont révélés être des rapports véritablement bénéfiques aux deux parties. Ils permettent aux pays en développement de consolider leurs bases économiques en leur donnant accès à des techniques dont ils ont grandement besoin et que les entreprises canadiennes peuvent leur fournir. Nos compatriotes, de leur côté, obtiennent une expérience du commerce international, un accès à des marchés plus vastes ainsi que des ventes en aval tout en créant des emplois dans notre pays.

Le PCI de l'ACDI traduit la politique du Canada, consistant à soutenir le rôle crucial que joue le secteur privé en faveur du renforcement des économies des pays en développement. Le PCI offre aux entreprises canadiennes un large éventail de mesures incitatives les amenant à partager leurs ressources et techniques de règlement de problèmes avec leurs partenaires du secteur privé dans les pays en développement. Ce faisant, il aide les exportateurs à relever le défi que pose la mise en valeur, sur la scène mondiale, de leur ingéniosité et de leurs connaissances dans l'intérêt des pays d'accueil et du Canada.

Le monde en développement

Les deux grands volets en place sont l'Investissement et les Services professionnels, une aide supplémentaire étant accordée au moyen du programme des Activités spécialisées.

Les programmes axés sur l'investissement offrent trois mécanismes différents qui aident les entreprises canadiennes admissibles, notamment dans le secteur manufacturier, à explorer les possibilités de conclure des accords à long terme de coentreprises avec des

firmes des pays en développement. Un montant maximal de 15 000 \$ peut être consacré à une *Étude exploratoire*, ou à une analyse préliminaire des facteurs et de la situation dans un pays où une association de longue durée est envisagée. Le PCI offre un montant maximal de 100 000 \$ pour effectuer une évaluation plus approfondie, sous forme d'un soutien à une *Étude de viabilité*. Une fois que le concept a été mis au point, l'Agence peut accorder un concours financier jusqu'à concurrence de 500 000 \$ à titre d'*Appui aux projets* en guise d'encouragement à l'investissement à l'étranger. Le PCI partage certains des risques qui ne sont pas normalement liés à des investissements similaires dans les pays en développement.

Les programmes axés sur les services professionnels comprennent cinq mécanismes visant à aider le secteur privé canadien, principalement des firmes

d'experts-conseils, des institutions financières et des associations commerciales à mener des études et à fournir des conseils professionnels à des clients potentiels dans les pays en développement. *L'Étude préliminaire de projets d'infrastructure* (pouvant atteindre 350 000 \$) et *l'Étude détaillée de projets d'infrastructure* (jusqu'à concurrence de 500 000 \$) constituent deux programmes destinés au cofinancement d'études de pré-faisabilité pour le compte de clients potentiels de pays en développement, qui ont obtenu du financement pour leurs éventuels projets d'investissement — habituellement auprès d'une des banques internationales de développement. Par le fait même, les entreprises canadiennes se positionnent en vue d'une action de longue durée à l'étranger si et lorsque cet investissement ou d'autres dans le secteur obtiennent un financement.

Qui est admissible au programme ?

Pour être admissible à un financement dans le cadre du PCI, il vous faut :

- Être établi et exercer vos activités au Canada, et disposer soit de données sur vos ventes/chiffres d'affaires au Canada depuis au moins deux ans ou enregistrer des ventes ou un chiffre d'affaires dépassant 100 000 \$ par année;
- Payer de l'impôt sur le revenu des corporations lorsque vous enregistrez des bénéfices;
- Être en mesure de présenter des états de service sur les services que vous offrez ou de fabriquer les produits au sujet desquels vous demandez un appui;
- Avoir une situation financière saine et posséder les ressources humaines, financières et techniques nécessaires pour mener à bien le projet envisagé;
- Être inscrit auprès d'une ou des institutions financières internationales (IFI) susceptibles de financer les travaux en aval et être en mesure de négocier un accord de projet liant le partenaire du pays en développement sans que le gouvernement du Canada ne soit partie à cet accord;

La première étape à franchir pour les sociétés qui s'intéressent à ce programme consiste à communiquer, au PCI de l'ACDI, avec le gestionnaire de programme du pays qui vous intéresse. Vous trouverez des brochures détaillées sur les programmes du PCI en place à l'Administration centrale de l'ACDI, à Hull (Québec), tél. : (819) 997-7901, et auprès des conseillers régionaux de l'ACDI aux Centres du commerce international (CCI) à Vancouver, Calgary, Winnipeg, Montréal et Moncton, ou dans d'autres CCI à travers le Canada.

Le PCI *(Suite de la page II)*

En plus des mécanismes habituels de financement, le PCI comporte un programme d'Activités spécialisées qui soutient d'autres initiatives facilitant les rapports commerciaux sur les marchés des pays en développement. TEMIC, institut à but non lucratif ayant son siège à Montréal et établi par le secteur des télécommunications, forme des cadres de haut niveau des pays en développement et familiarise les responsables des télécommunications des pays en développement avec les produits, services et savoir-faire canadiens, ce qui favorise du même coup la coopération et les échanges commerciaux.

Le Fonds de coopération industrielle Canada/SFI, dont le siège est situé à Washington, a été constitué par le PCI de l'ACDI au sein de la Société financière internationale (SFI), organisme membre du Groupe de la Banque mondiale. Il permet au secteur privé des pays en développement d'établir des liens avec des Canadiens afin de détecter de nouvelles possibilités d'action outre-mer. En intervenant dès l'étape de la conception de projets susceptibles d'être appuyés par les banques, les entreprises canadiennes se trouvent souvent associées à longue échéance avec leur partenaire initial du secteur privé des pays en développement.

Le PCI soutient le Bureau de promotion du Commerce Canada, lequel favorise le resserrement des liens entre les exportateurs des pays en développement et les importateurs canadiens, ce qui suscite de nouvelles possibilités d'échanges commerciaux.

Le PCI de l'ACDI parraine également des séminaires, des missions à l'étranger, des foires et des instituts de formation spécialisés - particulièrement à l'intention de cadres du monde en développement -, ce qui procure aux milieux canadiens de l'exportation un service à valeur ajoutée.

Les possibilités qu'offre l'environnement

Appui du PCI à la technologie environnementale

Le développement durable constitue une orientation d'une importance cruciale pour la prospérité économique et un environnement naturel sain. Les pays en développement recherchent des modèles de développement durable sur le plan écologique au moment où ils s'industrialisent, ce qui suscite un accroissement de la demande de technologies environnementales. Cette demande correspond à une volonté du secteur privé canadien de transférer ces technologies.

Le programme a pour but d'aider les pays en développement à se doter sur place des capacités de mettre au point des technologies environnementales adaptées à leurs besoins grâce à une coopération à long terme avec les producteurs canadiens de ces techniques. À l'instar des autres programmes du PCI, cette initiative est axée sur un transfert plus efficace de technologies vers les pays en développement, au moyen d'un partage des coûts liés à toute adaptation de la technologie canadienne aux réalités locales.

L'ACDI prend maintenant des mesures afin de promouvoir des coentreprises dans le domaine des technologies environnementales. Un rang de priorité plus élevé sera assigné aux propositions de projet soumises par des entreprises canadiennes admissibles qui ont conclu, ou sont sur le point de le faire, un accord de col-

laboration de longue durée dans un pays en développement afin de mettre en place des coentreprises en vue du transfert et de la mise au point de technologies environnementales.

Qui est admissible?

Le PCI accepte des propositions prévoyant l'essai, l'adaptation et la démonstration d'une technologie environnementale de façon à ce qu'elle puisse répondre à des besoins précis sur les plans de la gestion des ressources, leur traitement et les opérations de transformation, ou à des fins d'utilisation dans les services municipaux. Il faut que cette activité s'inscrive dans le cadre de l'élaboration d'un plan commercial afin de mettre au point la technologie en vertu d'un accord de coentreprise dans un pays en développement.

L'ACDI peut fournir une contribution jusqu'à concurrence de 500 000 \$ en vertu de son programme d'Appui aux projets (Investissement) à des fins de mise à l'essai, d'adaptation et de démonstration de la technologie. On s'attend à ce que la société canadienne et son partenaire sur place partagent le coût total du projet.

Pour obtenir de plus amples importations sur les critères d'admissibilité, veuillez communiquer avec Richard Smith, Gestionnaire de programme, PCI, en composant le (819) 997-0541.

Grâce au PCI ...

Un nouveau marché en Amérique du Sud

La société WESTERN OILFIELDS ENVIRONMENTAL SERVICES de Calgary a récemment reçu une contribution du PCI de l'ACDI afin d'explorer la possibilité d'une coentreprise avec une société équatorienne. Western Oilfields compte plus de 15 ans d'expérience dans la prestation de services environnementaux complets à l'indus-

trie pétrolière et gazière ainsi qu'au secteur de l'extraction minière au Canada. De concert avec AEROMAPA Ltée de l'Équateur, qui effectue des opérations de cartographie aérienne et de relevés topographiques, Western Oilfields se propose de mettre en place un service intégré de protection de l'en-

(Voir page IV: Le PCI.)

Obtenir notre part de l'économie mondiale

Le Plan d'action national sur la prospérité recommande l'élaboration par le secteur privé d'une stratégie d'ensemble sur le commerce mondial, l'investissement et la technologie. Nos efforts d'adaptation à la mondialisation ne pourront aboutir que si nous disposons de nouvelles entreprises de taille internationale capables de durer.

Le Fonds monétaire international (FMI) prévoit qu'en 1993, les importations des pays en développement augmenteront à un rythme supérieur de 40 p. 100 à celui des pays développés. Les pays dynamiques et en expansion du monde en développement offrent les meilleures perspectives d'affaires.

Grâce à la Coopération industrielle et à d'autres programmes, l'ACDI est bien placée pour aider le secteur privé à gagner du terrain. L'Agence dispose d'un avantage lorsqu'il s'agit de promouvoir les intérêts des entreprises canadiennes dans les pays en développement parce qu'elle y a établi depuis longtemps une présence en soutenant l'action de ces pays en matière de développement. Dépassant l'horizon des ventes ponctuelles sur les marchés d'exportation, l'ACDI a mis l'accent sur l'établissement de relations soutenues, mutuellement bénéfiques, axées sur le commerce et l'investissement, entre les pays en développement et le Canada. L'ACDI peut assurer de précieux services d'intermédiaire parce qu'elle est en mesure de détecter de nouveaux débouchés — de même que les risques éventuels — pour les entreprises canadiennes. Nos partenaires du monde en développement, dans les secteurs privé et public, seront également rassurés en constatant la présence d'un volet ACDI dans la proposition d'une entreprise canadienne qui s'emploie à établir des alliances sur de nouveaux marchés.

Le succès engendre le succès

Grâce au cofinancement fourni par le PCI, la société LAB-VOLT LTÉE, un fabricant québécois de matériel pédagogique dans les domaines du génie électronique, des télécommunications et des contrôles - a pu faire ses preuves au Maroc. De ce fait, elle a obtenu un contrat d'une valeur de 1,2 million de dollars de l'Office marocain de la formation professionnelle et de la promotion du travail afin d'équiper 17 établissements d'enseignement technique de ce pays. Une autre entreprise européenne a ensuite signé avec LAB-VOLT un deuxième contrat, d'un montant de 500 000 \$ à cause du succès du projet réalisé au Maroc. À long terme, l'entreprise canadienne se propose d'établir une

usine de montage, d'entretien et de réparation de l'équipement en compagnie d'un partenaire marocain afin d'offrir son matériel à 43 écoles supplémentaires, en utilisant des composants canadiens.

Le projet financé par le PCI a permis à LAB-VOLT de faire une percée sur un nouveau marché tout en contribuant à l'amélioration de la formation des techniciens marocains. Leader dans la fabrication de matériel pédagogique technique, LAB-VOLT a reçu du gouvernement fédéral le Prix d'excellence à l'exportation canadienne à l'automne 1987. Cette entreprise compte une centaine de salariés et elle exporte environ 85 p. 100 de ses produits vers 60 pays.

Le PCI (Suite de la page III.)

vironnement à l'intention des entreprises et du gouvernement de l'Équateur. La conjugaison des efforts des partenaires canadien et équatorien se traduit par la mise au point d'un produit de qualité supérieure à des fins de planification de l'environnement, de limitation des dommages et d'évaluation des projets industriels et de gestion des ressources en Équateur. Cette coentreprise a déjà remporté un premier succès en décrochant un petit contrat sur place.

C'est là un bon exemple de la mise à contribution de la technologie environnementale canadienne dans l'intérêt de l'Équateur, du Canada et de

l'environnement. Grâce à la fourniture de services de pointe sur le plan de la planification et des techniques environnementales, l'activité de la coentreprise envisagée fournira d'importantes ressources dans le pays même afin de s'attaquer aux besoins et préoccupations dans le domaine de l'environnement. Cette coentreprise débouchera sur l'accroissement des exportations de services canadiens, et sur la création d'emplois au Canada et en Équateur. Un pays en développement comme l'Équateur en retirera des avantages, puisqu'il obtiendra accès à des techniques environnementales nouvelles et importantes.

Friandises (Suite de la page I.)

en pleine croissance. Figurent parmi les autres marchés éventuels ceux des « dragons asiatiques » et le Japon. Les partenaires envisagent en ce moment de doubler la capacité de production de l'usine.

Cette coentreprise profite aux deux pays. Dans le cas de la Thaïlande, cela a permis de créer 25 emplois, dont 20 sont occupés par des femmes. Pour le

Canada, cette entreprise s'est traduite par la vente d'équipement d'une valeur supérieure à 100 000 \$, et les bénéfices obtenus en Thaïlande sont répartis parmi les partenaires canadiens.



Agence canadienne de
développement international

Les foires aussi descendent vers le sud

À Sao Paulo — télécommunications

Sao Paulo—La tenue—du 13 au 16 avril 1993—de **TELEXPO 93** arrive à point nommé pour les entreprises qui s'intéressent sérieusement au marché des télécommunications du Brésil.

Cette 3^e foire commerciale internationale des télécommunications, de la radiodiffusion et de la télé-informatique a lieu au moment même où le Brésil procède à la déréglementation de son marché et à son ouverture à la concurrence internationale, et où il abolit les restrictions à l'importation de produits de télécommunications semblables à ceux fabriqués sur place.

Qui plus est, l'ensemble du marché des communications du pays se chiffre à 3,6 milliards \$ US; TELEBRAS, la société de holding publique des télécommunications, annonce, dans son rapport annuel de 1991, des projets d'investissement de 19 milliards \$ US dans l'industrie jusqu'en 1996.

TELEXPO, seule activité commerciale du Brésil spécialement consacrée au marché des télécommunications, attire des acheteurs et des spécificateurs de sociétés de télécommunications, de radiodiffusion, de câblodistribution et de téléinformation, des gestionnaires des approvisionnements, des ingénieurs en chef, ainsi que des spécialistes des ventes et du marketing. La foire de 1992 a accueilli 12 000 visiteurs professionnels.

Voici les principales catégories de produits exposés : matériel téléphonique et systèmes de télex (publics et privés); matériel de commutation, d'installation et d'établissement de réseaux; systèmes de radio à micro-ondes; multiplexeurs; systèmes de télécommunications rurales; télécommunications militaires; et systèmes de réseaux et de câble.

Des produits de communications visuelles seront également exposés : radiodiffusion AM/FM; systèmes d'antenne; matériel de formation; matériel audio-visuel; émetteurs; liaison

radioélectrique; matériel télévisuel; modems; concentrateurs; terminaux de traitement de données et télécopieurs; imprimantes; téléimprimeurs; matériel d'essai; et autres articles connexes.

Pour de plus amples renseignements concernant la participation à **TELEXPO 93**, veuillez communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), foires et missions, Affaires extérieures et Commerce exté-

rieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

Pour tout renseignement général sur le commerce au Brésil, veuillez vous adresser à M. Luis Bustos (même adresse que ci-dessus), tél. : (613) 996-5549; fax : (613) 943-8806; ou communiquer directement avec la direction commerciale du consulat général du Canada à Sao Paulo, tél. : (011-55-11) 287-2122; fax : (011-55-11) 251-5057.

Au Mexique — emballage et étiquetage

Mexico—Les fournisseurs et les fabricants de l'industrie de l'emballage et de l'étiquetage qui désirent s'implanter sur le marché mexicain ou y accroître leur présence ont tout intérêt à participer à **EXPO-PAK 93**, qui se tiendra dans cette ville du 18 au 21 mai 1993.

Cet événement international a toujours attiré un grand nombre de décideurs et d'utilisateurs des industries des aliments et des boissons, des produits pharmaceutiques et des cosmétiques, notamment ceux dont le travail est axé sur les systèmes et les machines d'emballage et d'étiquetage, ainsi que de nombreux fournisseurs de matières premières.

Pour tout renseignement concernant la participation à **EXPO-PAK 93**,

veuillez communiquer avec M. Jon Dundon, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-6921. Fax : (613) 944-0479.

Pour tout renseignement général sur le commerce, prière de s'adresser au chargé de dossier du Mexique à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, tél. : (613) 995-8804; fax : (613) 943-8806; ou communiquer directement avec la direction commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico, tél. : (011-525) 724-7900; fax : (011-525) 724-7982.

Le marché des machines-outils

Monterrey—Le marché d'importation des machines-outils du Mexique, qui se chiffre à environ 324 millions \$ US par an, occupera le devant de la scène du 9 au 12 mars 1993 :

Monterrey accueillera **METAL EXPOMEX 93**, foire à laquelle Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, qui recrute actuellement des participants, parrainera un pavillon canadien.

L'essor rapide de l'industrie manufacturière mexicaine et de son secteur de sous-traitance a entraîné une forte demande de machines-outils importées.

Les produits qui présentent les meilleures perspectives de vente sont les suivants : machines-outils à commande numérique; centres d'usinage; tours; machines à fraiser et à rectifier; machines à centrer, à glacer, (Voir page 4: Le marché.)

À Mexico — télécommunications, informatique et bureautique

Mexico - Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada sélectionne actuellement les entreprises qui participeront au kiosque canadien d'EXPO COMM MEXICO 93, qui aura lieu dans cette ville du 9 au 12 février 1993.

La participation des entreprises à la 2^e exposition internationale annuelle d'Amérique latine pour les produits de télécommunications, d'informatique et de bureautique pourrait faciliter leur percée dans l'infrastructure des télécommunications mexicaines, qui est en cours de modernisation et qui pourrait attirer au cours des dix prochaines années 30 milliards \$ en investissements étrangers.

La croissance du marché mexicain - les importations représentent actuelle-

ment 25 pour 100 de l'équipement utilisé annuellement - a été stimulée par la privatisation de Telmex et par l'ouverture du marché dans les secteurs des téléphones cellulaires, des télécopieurs, de la radio-messagerie, de la transmission des données et de l'établissement de réseaux.

L'an dernier, à sa première édition, cet événement a attiré des participants de 13 pays, dont 22 entreprises du

Canada.

Pour plus de renseignements sur EXPO COMM MEXICO 93, veuillez vous adresser à M. Carlos Munante, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), foires et missions, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2. Tél. : (613) 996-2268. Fax : (613) 944-0479.

Taiwan — catalogues et présentations vidéo

Taiwan — Les parties intéressées ont jusqu'au 21 décembre 1992 pour demander à participer aux expositions de catalogues et de présentations vidéo qui se tiendront en mars 1993 dans les quatre principales villes de Taiwan.

La participation à l'*Industrial Materials/Machinery/Components C & V Show* ou à l'*Agent-Seeking C & V Show* coûte 100,00 \$US.

Les catalogues et/ou présentations

vidéo des sociétés participantes seront montrés à des milliers d'acheteurs potentiels spécialement invités, dont les demandes de renseignements seront transmises aux sociétés participantes peu après la fin des expositions.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Far East Trade Service Inc., 1800 Avenue du Collège McGill, Suite 2108, Montréal (Québec) H3A 3J6. Tél.: (514) 844-8909. Fax : (514) 844-9246.

Le marché

(Suite de la page 3.)

à poinçonner, à cisailer, à rouler et à former; machines à pointer et machines à aléser verticales; et machines à percer horizontales.

Les produits suivants ont également un bon potentiel de vente : machines à tailler et à finir les engrenages; machines à polir et à moulurer; machines à photocopier; étaux-limeurs; machines à scier; machines à tronçonner; machines de soudage à l'arc; machines de tréfilerie; presses; pinces coupantes; scies; coins; couteaux; lames; teintures et outils spéciaux; et pièces et accessoires.

Pour plus de renseignements sur METAL EXPOMEX 93, communiquez avec M. Paul Schutte, Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), Tél. : (613) 996-5358. Fax : (613) 944-0479.

AU CALENDRIER

Vancouver (12 janvier); Toronto (14 janvier); Montréal (15 janvier) - «Séminaire sur la Banque africaine de développement (BAFD)». Organisé par AECEC, ce séminaire portera sur les politiques et le cycle de l'approvisionnement relatifs à la BAFD et sera présenté par M. B. Merghoud, représentant de la BAFD à Washington, et par M. Namoko, directeur adjoint du bureau de Londres de la BAFD. Le directeur exécutif canadien de la Banque, M. M. Bélanger, et le délégué commercial ré-

sident à Abidjan seront également parmi les participants. Les personnes qui désirent assister au séminaire peuvent s'informer de la date et du lieu auprès des centres de commerce international de chacune des villes visitées. Pour plus de précisions, vous pouvez également communiquer avec M^{me} Linda McDonald, directrice adjointe, Direction de l'expansion du commerce en Afrique et au Moyen-Orient, AECEC, Ottawa. Tél. : (613) 993-6593.

InfoExport

Info-Export est un centre qui offre des services de conseils et de renseignements aux exportateurs canadiens. Les sociétés canadiennes qui s'intéressent à l'exportation peuvent communiquer sans frais avec Info-Export au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa : 944-4000).

Pour obtenir les publications d'AECEC, faire parvenir par télécopieur une demande sur papier officiel de la société, au (613) 996-9709. Indiquer le code de la publication (entre parenthèses).

Retourner en cas de non livraison à
CANADÉXPOR (BPT)
125, prom. Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2

POSTE MAIL

Société membre des postes / Canada Post Corporation
Postage Paid

NBRE T-3691 BLK

OTTAWA

962500079



